مذاهب الهواة

#1

11.9.2018

كيف يقتل الإنترنت ثقافتنا

أندرو كين





مذاهب الهواة

كيف يقتل الإنترنت ثقافتنا

أندرو كين

ترجمة : مركز ميتسكو للترجمة - مصر

إشراف الدكتور / محمد بكر





مذاهب الهواة

الطبعة الأولى
١٤٢٩هـ / ٢٠٠٨م

رقم الإيداع : ٢٣٠٧٤ / ٢٠٠٨
الترقيم الدولي : 977-361-679-7
سفير الدولية للنشر - مصر
16 ش محمد عز العرب (المبتديان) قصر العينى - ص.ب : ٤٢٥ الدقي - القاهرة
تليفون: ٢٥٣٢٩٩٠٢ ٢٠٢+ فاكس : ٢٥٣٢٩٥٠٥ ٢٠٢+
Mail: safeer@safeerinternational.com — Web Site: www.safeer.com.eg
المعرض الدائم
٤٨ ش أحمد عرابي المهندسين
تليفون : ٣٣٠٤٩٤٠٣ ٢٠٢+

تصميم الغلاف : علي الريس

* الآراء الواردة فى هذا الكتاب لا تعبر بالضرورة عن رأى الناشر.

رسالة مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم

عزيزي القارئ،

في عصر يتسم بالمعرفة والمعلوماتية والانفتاح على الآخر، تنظر مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم إلى الترجمة على أنها الوسيلة المثلى لاستيعاب المعارف العالمية، فهي من أهم أدوات النهضة المنشودة، وتؤمن المؤسسة بأن إحياء حركة الترجمة، وجعلها محركًا فاعلاً من محركات التنمية واقتصاد المعرفة في الوطن العربي ، مشروع بالغ الأهمية ولا ينبغي تأخيره.

فمتوسط ما تترجمه المؤسسات الثقافية ودور النشر العربية مجتمعةً، في العام الواحد، لا يتعدى كتابًا واحداً لكل شخص، بينما تترجم دول منفردة في العالم أضعاف ما تترجمه الدول العربية جميعها.

أطلقت المؤسسة برنامج «ترجم» بهدف إثراء المكتبة العربية بأفضل ما قدّمه الفكر العالمي من معارف وعلوم، عبر نقلها إلى العربية، والعمل على إظهار الوجه الحضاري للأمة عن طريق ترجمة الإبداعات العربية إلى لغات العالم .

ومن التباشير الأولى لهذا البرنامج إطلاق خطة لترجمة ألف كتاب من اللغات العالمية إلى اللغة العربية خلال ثلاث سنوات أي بمعدل كتاب في اليوم الواحد .

وتأمل مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم في أن يكون هذا البرنامج الإستراتيجي تجسيداً عمليًّا لرسالة المؤسسة المتمثلة في تمكين الأجيال القادمة من ابتكار وتطوير حلول مستدامة لمواجهة التحديات ، عن طريق نشر المعرفة، ورعاية الأفكار الخلاقة التي تقود إلى إبداعات حقيقية، إضافية إلى بناء جسور الحوار بين الشعوب والحضارات.

للمزيد من المعلومات عن برنامج «ترجم» والبرامج الأخرى المنضوية تحت قطاع الثقافة، يمكن زيارة موقع المؤسسة www.mbrfoundation.ae

عن المؤسسة:

انطلقت مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم بمبادرة كريمة من صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس دولة الإمارات العربية المتحدة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، وقد أعلن صاحب السمو عن تأسيسها، لأول مرة، في كلمته أمام المنتدى الاقتصادى العالمى في البحر الميت- الأردن في أيار /مايو ٢٠٠٧ . وتحظى هذه المؤسسة باهتمام ودعم كبيرين من سموه، وقد قام بتخصيص وقفٍ لها قدره ٣٧ مليار درهم (١٠ مليارات دولار) .

وتسعى مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، كما أراد لها مؤسسها، إلى تمكين الأجيال الشابة في الوطن العربى، من امتلاك المعرفة وتوظيفها بأفضل وجه ممكن لمواجهة تحديات التنمية، وابتكار حلول مستدامة مستمدة من الواقع، للتعامل مع التحديات التي تواجه مجتمعاتهم.

إهداء

إلى إلياس، وزارا ، وبتسي.

المحتويات

مذاهب الهواة

المقدمة

إن لم تخني الذاكرة، فإنني أعتقد أنه في عام ١٩٩٩ عاد الانتعاش إلى وادي السيلكون وعاد الحالمون المجانين ثانية إلى السباق المحموم. فقد التقيت بواحد من أولئك المبشرين في حفل أقيم مؤخرا في سان فرانسيسكو. وخلال تناول مشروبنا اللذيذ، تبادلنا الرأي حول المستجدات في حياتنا. فقال بأن مهمته الحالية تستلزم برنامجًا جديدًا لنشر الموسيقى والنصوص والفيديو على الإنترنت.

قال لي: "إن موقع MySpace، يلتقي بموقع يوتيوب، ويلتقي بموقع جوجل على ستيرويدس".

في ردي عليه أوضحت أنني مشغول في موضوع إعداد مناقشة جدلية حول التأثيرات المدمرة للثورة الرقمية على حضارتنا واقتصادنا وقيمنا.

" إنه الجهل الذي يلتقي بالأنانية ويلتقي الذوق الرديء ويلتقي بقانون الرعاع" لم أقاوم ابتسامتي وأنا أقول:

" جميعهم يلتقون على ستيرويدس.

رد على ابتسامتي في ارتباك: " إذن هوكسلي سيلتقي بالعصر الرقمي" "فأنت تعيد كتابة هوكسلي للقرن الحادي والعشرين" رفع كأسه على شرفي قائلا: " للإصدار الثاني ويب 2.0 !"

وتلامست كئوسنا، ولكني عرفت بأننا نشرب نخب هوكسلي الخطأ. فبدل إيحاء هذا الكتاب من ألدوس، يأتي الإيحاء من جده توماس هنري هوكسلي، وهو عالم إحياء في القرن التاسع عشر ومؤلف "نظرية القرود اللانهائيين" . تقول نظرية هوكسلي: إنه إذا قدمت لعدد لا يحصى من القرود آلات كاتبة غير محدودة، فإن بعض هذه القرود سوف تبدع تحفة فنية رائعة – مثل مسرحية لشكسبير أو محاورات أفلاطون أو رسالة في علم الاقتصاد بقلم آدم سميث[1] .

وفي عصر ما قبل الإنترنت، يبدو أن قصة توماس هنري هوكسلي عن القرود اللانهائية مكنتها التكنولوجيا غير المحدودة كانت مثل نكتة رياضية أكثر من كونها قائمة مخيفة. ولكن ما كان يعتبر نكتة في الماضي بات يعرف حاليًا بأنه تنبؤ بنتائج تسطيح ثقافتنا والتي تضم خطوطًا مشوشة بين الجمهور التقليدي وبين المؤلف والمبدع والمستهلك والخبير والهاوي، ولم يعد الأمر مضحكًا.

وحاليًا فإن تكنولوجيا العصر تربط بين كل تلك القردة مع تلك الآلات الكاتبة، باستثناء عالم الويب 2.0 فإن الآلات الكاتبة ليست آلات كاتبة ولكنها نت يعمل على أجهزة الكمبيوتر الشخصية والقردة ليسوا قردة تماما، ولكنهم مستخدمو الإنترنت. وبدلاً من إبداع روائع فنية، فإن تلك الملايين والملايين من القردة الوفيرة– والكثير منهم لا يتمتع بموهبة في الفنون الإبداعية أكثر من وعود كبار أولاد عمومتنا– الذين يبدعون غابة رقمية لانهائية. حاليًا يستطيع قردة الهواة استخدام شبكات الكمبيوتر لنشر كل شيء بدءًا من معلقين سياسيين

بسطاء سذج إلى نشر صفحات رئيسية لأفلام فيديو غير لائقة، وموسيقى محيرة للهواة وقصائد شعر ومراجعات ومقالات وروايات غير مقروءة.

وفي وسط هذه التجربة المطلقة للقردة في النشر الذاتي فاليوميات على الإنترنت مدونة موجودة في كل مكان. لقد أصبح التدوين هوساً شديداً حتى إن مدونة تظهر في كل ثانية من الدقيقة من الساعة في كل يوم. فنحن ندون بأسلوب القرد الوقح عن حياتنا الخاصة أو حياتنا الجنسية وعن أحلامنا وعما ينقص حياتنا وحياتنا الأخرى. وفي وقت التدوين تظهر ثلاث وخمسون مليون مدونة على الإنترنت ويتضاعف هذا الرقم كل ستة أشهر. وفي الوقت الذي تقرأ فيه هذه الفقرة، تظهر عشر مدونات جديدة أخرى.

إذا استمرت هذه السرعة بهذا الشكل سيكون هناك أكثر من خمسمائة مليون مدونة مع حلول عام ٢٠١٠ في مجموعها آراء فاسدة ورأي شعبي مشوش حول كل شيء بدءاً من السياسة مروراً بالتجارة والثقافة والفنون.

لقد أصبحت المدونات ضخمة جداً بلا نهاية حتى إنها تضعف إحساسنا بالتمييز بين الحقيقة والكذب وتمييزنا بين ما هو حقيقي وزائف. ففي أيامنا هذه لا يستطيع الصبية التمييز بين الأخبار الصادقة من الناحية الموضوعية لحرفية الصحفي، وبين ما يقرءونه على موقع joeshmoe.blogspot.com. لهذا الجيل الذي يستهويه اليو تيوب Generation Yutopians فكل موقع هو نسخة لشخص آخر من

الحقيقة، وكل حكاية هي نسخة شخص آخر من الحقيقة.

ثم هناك موقع الويكبيديا، وهو موسوعة علمية على الإنترنت يمكن أن ينشر بها أي إنسان معارض وحاصل على شهادة الصف الخامس الابتدائي أي شيء حول أي موضوع بدءاً من تعريف التيار الكهربائي وانتهاء إلى العقيدة الزرادشتية. ومنذ انطلاق الويكبيديا، ظهر أكثر من خمسة عشر ألف مساهم كتبوا نحو ثلاثة ملايين مادة علمية بأكثر من مائة لغة مختلفة- لم يتم تدقيق أو تصحيح أي من تلك المعلومات. ومع زيارة مئات الآلاف من الزوار يوميًّا، أصبحت ويكبيديا أهم ثالث موقع للمعلومات والأحداث الجارية. بل يعتبر الموقع هو مصدر للأخبار الصادقة أكثر من موقعي سي سي. إن. إن و بي. بي سي مع أن الوكيبديا ليس لها مراسلون ولا محررون كما لا تتمتع بخبرة جمع الأخبار. هذا أشبه بأعمى يقود أعمى- فالقردة اللانهائيون يقدمون سيلاً من المعلومات لا ينضب، إلى قراء بلا حدود في دورة أبدية من التشويه والجهل.

ففي الويكبيديا، يستطيع أي إنسان له برنامج يمكنه إعادة كتابة المادة العلمية حسب هواه الشخصي - وهذا ما يفعله غالبًا المساهمون. وقد ذكرت مجلة " فوربس" Forbes على سبيل المثال قصة موظفين مجهولين في ماكدونالدز ووال-مارت يستخدمون سرًّا مواد ويكبيديا كوسيلة للدعاية للشركة بشكل مخادع. وتحت مادة ماكدونالد، رابط بكتاب إريك شولسير " Fast Food Nation الذي اختفى بسهولة، وعلى مادة وول مارت قام شخص بحذف سطر عن الموظفين الذين

يتقاضون أجوراً هزيلة والذين يشكلون بأقل من ٢٠٪ من المنافسة[٢].

غير أن تجربة القردة المطلقة ليست مقصورة على الكلمة المكتوبة. إن الآلة الكاتبة التي كان يستخدمها تي إتش هوكسلي في القرن التاسع عشر قد تطورت حاليًّا إلى كمبيوتر وأيضًا إلى كاميرا فيديو وتحول الإنترنت إلى مكتبة ضخمة لمحتويات متكاثرة بأفلام الفيديو. موقع واحد ويو تيوب هو بوابة الهواة في وقت كتابة هذا الجزء كان أسرع موقع من ناحية التطور[٣] إذ جذب نحو خمسة وستين ألف لقطة فيديو جديدة يوميًّا وتتباهي بنحو ٦٠ مليون مقطع فيديو كليب يتم مشاهدتها يوميا، وهذا إضافة إلى أكثر من خمسة وعشرين مليون مقطع فيديو جديد سنويًّاونحو خمسة وعشرين بليون لقطة. ففي خريف عام ٢٠٠٦، كان هذا الشعور المفاجئ الذي قام به موقع جوجل لأكثر من بليون ونصف بليون دولار.

لقد تفوق موقع يوتيوب حتى على المدونات ذات المحتويات التافهة والسخيفة. فلا شيء يبدو مبتذلا أو نرجسيًّا بالنسبة إلى هؤلاء القردة المصورين. فالموقع هو معرض لا نهائي لسينما الهواة يظهر فيه البلهاء يرقصون ويغنون ويأكلون ويغسلون ويتسوقون ويقودون سياراتهم ويستحمون وينظفون، ويظهرهم وهم نائمون أو حتى يصورهم وهم يحدقون في أجهزة الكمبيوتر. في أغسطس عام ٢٠٠٦، ظهر فيديو ضخم شعبي يسمى "أرنب عيد الفصح يكرهك" وفيها يظهر رجل يرتدى بدلة أرنب وهو يتحرش ويهاجم الناس في الشوارع، ووفقًا لمجلة

فوربس، لقد شوهد هذا الفيلم أكثر من ثلاثة مليون مرة خلال أسبوعين. ومن الموضوعات المفضلة الأخرى للفيديو تتضمن فتاة تراقب مستخدم يو تيوب يراقب مستخدمًا ثالثًا. وهذه صالة كبيرة من المرايا والتي بدورها تؤدي إلى امرأة تقوم بعمل سندوتش من زبدة فول السوداني والجيلي أمام التلفزيون، وراقصة ماليزية ترتدي تنورة قصيرة سخيفة تهتز طربا على موسيقى ريكي مارتن وبرتني سبيرز، وكلب يطارد ذيله، وامرأة إنجليزية تعلم مشاهديها طريقة تناول الشيكولاتة وبسكويت المربى، ثم إضافة إلى هذا كله مكتبة موقع يوتيوب، فيلم فيديو لدمى قردة محشوة وهي ترقص.

والأكثر إزعاجًا من حقيقة أن الملايين من البشر يتناغمون ويتكيفون مع هذا الهراء بإرادتهم كل يوم حتى إن بعض مواقع الويب تجعل منا قردة دون درايتنا. فما إن تكتب كلمة في محرك البحث " جوجل" فإننا نقوم بعمل شيء ما يُسمى "ذكاء جماعيًا"، أي الحكمة الإجمالية لجميع مستخدمي موقع جوجل. يعكس منطق محرك البحث جوجل، وما يسميه خبراء التكنولوجيا بنظام العد العشري الخاص بالموقع، "حكمة" الجمهور. بمعنى آخر، كلما كثر عدد الأفراد الذين يفتحون رابطًا ناتجًا عن البحث ازداد احتمال أن تأتي أبحاث تالية من هذا الرابط. يعد محرك البحث مجموعة من تسعين مليون سؤال نطرحه على جوجل بشكل جماعي كل يوم، أي إنه يخبرنا فحسب بما نعرفه بالفعل.

تتضح نفس حكمة الجمهور في المواقع التي يقوم فيها أحد المحررين بتجميع الأخبار مجانًا مثل ديج وريديت. فإن ترتيب العناوين في هذه المواقع تعكس ما يقرؤه المستخدمون الآخرون بدلاً من رأي خبير من محرري الأخبار. وأثناء كتابتي لهذا الكتاب، هناك حرب وحشية دائرة في لبنان بين إسرائيل وحزب الله. ولكن مستخدمي ريديت لا يعرفون لأنه لا يوجد أي ذكر عن إسرائيل أو لبنان أو حزب الله ضمن العشرين خبراً رئيسيًا على الموقع . ولكن يستطيع المشتركون أن يقرءوا الكثير عن الممثلة الإنجليزية نحيلة الصدر، وعادات الأفيال في السير والسخرية من إعلانات ماك التجارية الأخيرة والأنفاق تحت الأرض في اليابان. يعد ريديت مرآة لمعظم اهتماماتنا المبتذلة. ويسخر من أساليب الإعلام والأخبار التقليدية، ويحول الأحداث الحالية إلى لعبة أطفال من المطاردة التافهة.

وتذكر جريدة نيويورك تايمز أن ٥٠٪ من كاتبي المدونات يكتبون المدونات لغرض واحد فقط وهو كتابة ومشاركة الآخرين في خبرات حياتهم الشخصية. وشعار موقع يوتيوب هو " أعلن عن نفسك" . ونقوم هنا بالبث عن أنفسنا بدون خجل من الإعجاب بالذات نابعة من نرجسية أسطورية. لقد تم استبدال وسائل الإعلام التقليدية بوسيلة أخرى شخصية وأصبح الإنترنت مرآة لنا، فبدلاً من استخدامه بحثًا عن الأخبار والمعلومات أو الثقافة فإننا نستخدمه فعلاً لنكون نحن محور الأخبار والمعلومات والثقافة.

وتعد الرغبة اللانهائية للانتباه الشخصي باعثًا لأقوى جزء في اقتصاد الإنترنت – وهو شبكة المواقع الاجتماعية مثل Myspace، Facebook، و Bebo . ولأن هذه المواقع هي مثل مزارات مقدسة لعقيدة إذاعة الذات" فإن هذه المواقع أصبحت صفحة بيضاء tabula rasas للعقل قبل تلقيه أية انطباعات خارجية) لرغباتنا الفردية، وهويتنا. فهم يدعون أنها " شبكة اجتماعية" مع الآخرين، ولكن في الحقيقة إنهم موجودون حتى إننا نستطيع أن نعلن عن أنفسنا: عن كل شيء بدءًا من الكتب التي نفضلها والأفلام التي نحبها مرورًا إلى الإعلان عن الصور لإجازتنا الصيفية و"شهادات" تمتدح صفاتنا الفاتنة، أو تلميع صورتنا المشوهة الأخيرة. فمن المدهش فعلاً أن الطبيعة السمجة المتزايدة لمثل هذه الإعلانات تؤدى إلى الوحوش المجهولة التى تقودنا إلى استمرار المعتدين جنسيًا والولع بالأطفال.

ولكن معاييرنا الثقافية وقيمنا الأخلاقية ليست في خطر. والأخطر من هذا كله، فإن مؤسساتنا التقليدية والتي ساعدتنا على تغذية وإبداع أخبارنا وموسيقانا وآدابنا وعروضنا التلفزيونية وأفلامنا السينمائية هي أيضًا هدف للهجوم. إن جرائدنا ومجلاتنا، وهي واحدة من أكثر مصادر المعرفة الموثوقة عن العالم الذي نعيش فيه، تتأرجح، والفضل يرجع إلى تنقيح المدونات المجانية والمواقع مثل موقع Craigslist الذي يقدم مصنفات مجانية تقوض أوضاع الدعاية المدفوعة الأجر. في الربع الأول من عام ٢٠٠٦، هبطت الأرباح فجأة في جميع شركات الصحف

الرئيسية بنسبة ٦٩٪ في شركة نيويورك تايمز وبنسبة ٢٨٪ في شركة تريبيون وبنسبة ١١٪ في جريدة جانيت وهي أكثر شركة صحافية في الدولة. كما انخفض التوزيع أيضًا. وفي صحيفة سان فرانسيسكو كرونيكل، وهي بشكل ساخر إحدى الصحف التي لها توزيع قياسي بالنسبة إلى سليكون فالي، انخفض عدد القراء إلى نسبة تصيب بالدوار وهي نسبة ١٦٪ في ربيع منتصف عام ٢٠٠٥ وحده [٥] وفي عام ٢٠٠٧، قامت شركة تايم بإنهاء خدمات ٣٠٠ موظف، ومعظمهم أساسًا من المحررين، ومن هذه المجلات مجلات Time, People Sports Illustrated.

أما أولئك الذين مازالوا يقرأون الجرائد والمجلات منا يعرفون بأنهم هم أقل من يشترى اسطوانات الموسيقى أيضا. والفضل في ذلك يرجع إلى انتشار القرصنة الرقمية والناتجة عن تكنولوجيا مشاركة الملفات، ولقد انخفضت مبيعات أسطوانات الموسيقى إلى أكثر من ٢٠٪ بين عامين ٢٠٠٠ و٢٠٠٦ [٦].

وبالتوازي مع ازدهار موقع يوتيوب، فإن هوليوود تمر بمشاكلها المالية. فمبيعات شباك التذاكر المحلي أقل من ٢٠٪ من عائدات هوليوود ومع استقرار مبيعات أسطوانات الـ DVD وانتشار القرصنة العالمية ، فإن الصناعة تبحث جادة عن نموذج عمل جديد يمكنها من توزيع الأفلام بشكل مربح على الإنترنت. ووفقًا لديفيد دين وهو ناقد سينمائي في جريدة نيويوركر يعاني معظم المديرين التنفيذيين لأستوديوهات

هوليوود من الذعر الشديد بسبب تراجع العائدات. ومن النتائج السيئة هوتقليص الوظائف. فعلى سبيل المثال، أعلنت ديزني تخفيض نحو ٦٥٠ وظيفة في عام ٢٠٠٦ وانخفاض بنحو ٥٠٪ من عدد أفلام الرسوم المتحركة التي يتم انتاجها سنويًا(٧).

يواجه الإعلام القديم الانقراض. ولكن إذا كان الأمر كذلك، ما الذي سيحل محله؟ فمن الواضح، أن البديل هي محركات البحث الجديدة السريعة في وادي السليكون ومواقع الإعلام الاجتماعية وبوابات الفيديو.

فكل صفحة جديدة على موقع Myspace وكل مدونة جديدة وكل لقطة فيديو جديدة على يوتيوب إضافة لمصادر أخرى لخسارة عائدات الإعلانات للوسائل الرئيسية. ولهذا، كان القرار الحذر أو المتهور لروبرت مردوخ في يوليو ٢٠٠٥ لشراء موقع ماي سبيس مقابل خمسمائة وثمانين مليون دولار أمريكي. وبناءً عليه، فعملية بيع موقع يوتيوب مقابل ١,٦٥ بليون دولار أمريكي وازدياد المضاربة برأس المال فى المواقع المقلدة لموقع يوتيوب. ولهذا حدث النمو غير المتوقف في جوجل، حيث ارتفعت العائدات في الربع الثاني من عام ٢٠٠٦، تقريبًا إلى اثنين ونصف بليون دولار أمريكي.

لعلك تتساءل ماذا حدث عندما يتلاقى الجهل مع الأنانية ويتلاقى الذوق السيئ مع قانون الغوغاء؟

إن القردة تتولى زمام الأمور.فودع خبراء اليوم وحراس الثقافة، فمراسلونا ومحطات الأخبار والمحررون وشركات الموسيقى وأستوديوهات أفلام هوليوود. ففي عقيدة الهواة الحالية[٨] ، فإن القردة هي التي تدير العرض. ومع وجود آلات كتابية وزمن ممتد فإنهم يؤلفون للمستقبل. ولكننا لا نحب أن نقرأه.



١

الغواية الكبرى

أعترف أولاً. أننى كنت فى بداية التسعينيات من القرن الماضي . في طليعة المندفعين إلى الإنترنت. يغمرني حلم في جعل العالم مكانًا للموسيقى، فانشأت أول موقع على الشبكة " أوديوكافيه.كوم»، وهو أول موقع للموسيقى الرقمية. سألنى أحد محرري صحيفة "سان فرانسيسكو بي: " كيف أردت تغيير العالم.؟ فقلت له في نبرة جادة: هذا شغفي الشديد أن تعزف الموسيقى من كل مكان وأن أستمع إلى افتتاحية بوب ديلان من اللاب توب، وأن أكون قادراً على تحميل كونشرتات يوهان سباستيان باخ من تليفوني المحمول.

وهكذا نشرت حلم الإنترنت الأصلي وأغويت بعض المستثمرين حتى أصبحت ثريًا جداً. وبالتالي لم يكن هناك انتقاد لوادي السليكون. ثم تحولت إلى رجل مرتد عما كان يحلم به، عالم ببواطن الأمور، ثم خرج من هناك وهو يصب لنفسه مشروب كووول- ايد ويتنحى من عضوية هذا الهوس المجنون.

لقد تحولت من مؤمن إلى متشكك تعوزه الدراما السينمائية. لم تنهار قواي وأنا أقرأ معلومات غير دقيقة في الويكيبديا عن تي. إتش هاكسلي، كما لم يضربني البرق وأنا أقوم بعمل بحث عن نفسي في موقع جوجل. ظهوري لم يتضمن الذئب الراقص لذا لم يكن نجاحا

مدويًا على يوتيوب.

في سبتمبر ٢٠٠٤، في معسكر تخييم لمدة ثمان وأربعين ساعة، في رحلة استغرقت يومين مع نحو مائتين من الحالمين يوتوبيان" من وادي سليكون. لحافي نومي طبقته تحت ذراعي وحملت حقيبة ملابسي على ظهري دخلت إلى معسكر عضوية هذا الهوس، بعد يومين شعرت بالغثيان وغادرت المخيم كافراً.

أقيمت رحلة التخييم في سباستوبول وهي بلدة زراعية صغيرة في وادي سونوما الذي يقع في شمال كاليفورنيا على بعد حوالي ميل من وادى السليكون المشين وهو شبه جزيرة أرضية ضيقة تقع بين سان فرانسيسكو وسان هوزيه. تعتبر سباستوبول مقر شركة أورللي ميديا وهي إحدى شركات تجارة الكتب والمجلات وعروض تجارة تكنولوجيا المعلومات الرائدة في العالم ومبشر الإبداع لحشود محبي التكنولوجيا على مستوى العالم. كما تعد أكثر واعظي وادي سليكون تحمسًا وضوضاء.

في كل خريف، تقوم شركة أورللي ميديا باستضافة حدث منفرد مقصور على دعوات باسم مخيم أصدقاء أورللي FOO (Friends Of O'reilly) أولئك الأصدقاء للمليارديرالمؤسس "تيم أورللي " ليسوا أثرياء بشكل غير تقليدي وحسب، بل أثرياء ثراء غير تقليدي ولكن أيضًا يعتنقون ديانة يسوعية في التربح الاقتصادي والثقافي من التكنولوجيا. يعتبر معاونو أورللي ووادي السليكون

خليطًا من الهيبيز الكبار، وأصحاب القنوات الإعلامية وخبراء التكنولوجيا. إن ما يوحدهم هو عداؤهم المشترك لوسائل الإعلام ووسائل الترفيه التقليدية.

بينما تتراجع حفلات بارت وود ستوك وحفلات بيرننج مان (وهي الاحتفالات المعاصرة للتعبير عن النفس والتي تقام في صحراء نيفادا) واحتفالات المعهد التجاري في ستانفورد ، يقوم معسكر FOO حيث الحركات المناهضة للثقافة في عقد الستينيات تتلاقى مع حركات السوق الحرة في الثمانينيات وتلتقي بجماعة محبي التكنولوجيا في التسعينيات.

لم تكن مؤتمرات وادي السليكون جديدة بالنسبة إليّ. فقد نظمت مؤتمرًا بنفسي في آخر ازدهار يمر به الإنترنت. ولكن كان مخيم أصدقاء أوررللي مختلفًا تمامًا. قاعدته الوحيدة هو أنه كان بدون تنظيم: " لا يوجد مشاهدون واقتصر على المشاركين" . وجرى تنظيم المعسكر على أساس مفتوح بدون جدول، ومبادئ مشاركة أسلوب ويكيبديا والتي كانت تعني بأن كل إنسان يتحدث كما يريد دون مسئولية.

لذا بلغ عددنا مائتى شخص من مؤسسة وادي سليكون المناهضة للتأسيس تعادل قيمتنا مجتمعين مئات ملايين الدولارات نحدق في النجوم من حديقة مقر شركة أوررللي ميديا. على مدى يومين كاملين، أقمنا مخيمًا معًا وحمصنا حلوى الخطمي معًا واحتفلنا بعودة عبادتنا معًا.

عاد الإنترنت من جديد؛ على عكس تسعينيات الاندفاع الذهبي، لم تكن غزارتنا غير عقلانية. كانت هذه النسخة الجديدة اللامعة من الإنترنت التي أسماها تيم أورللي ويب 2.0 لتغيير كل شيء. والآن توفر لمعظم الأمريكيين وصول واسع النطاق للإنترنت وتحقق حلم تكوين مجتمع متواصل بشبكة كاملة، مجتمع مرتبط دائمًا وأخيراً سوف يتحقق. الكلمة الوحيدة التي تتردد على شفاه كل المشاركين في معسكر سبتمبر ٢٠٠٤ هي الديمقراطية. لم أكن أتصور أبداً أن للديمقراطية كثيراً من المعاني والاحتمالات والإمكانيات الثورية. وسائل إعلام ومعلومات ومعرفة ومحتوى وجمهور ومؤلف- كل هؤلاء جميعا يتم جعلهم ديمقراطيين من خلال شبكة ويب 2.0 .

إن الإنترنت سوف يجعل وسائل الإعلام والأعمال التجارية الكبرى والحكومات الكبرى ديمقراطية. كما سيتم دمقرطة الخبراء الكبار وتحويلهم إلى ما أطلق عليه أحد أصدقاء أورللي، في صوت هادئ وقور " الهواة النبلاء."

ورغم مسافة الأميال التي تفصل بين سباستوبل عن المحيط، ففي صباح اليوم التالي من المخيم بدأت أشعر بدوار البحر. ظننت في البدء أن هذه الأعراض بسبب الطعام الدسم الذي نتناوله في المخيم أو ربما بسبب المناخ الحار لمنطقة شمال كاليفورنيا. ولكني أدركت أن أمعائي قد تفاعلت مع تفاهة جوهر كلامنا.

أتيت إلى مخيم أصدقاء أورللي FOO لنرسم مستقبل وسائل

الإعلام ,فأردت معرفة كيف يساعدني الإنترنت على "أن يأتي بالمزيد من الموسيقى إلى الكثير من الفوهات" . ولكن حلمي بجعل العالم أكثر بهجة وموسيقى قد لقي آذانًا صمًّا، والوعود باستخدام التكنولوجيا لجلب المزيد من الثقافة إلى الجماهير غطى عليه صيحات المتجمعين في معسكر أصدقاء أورللي FOO الذين يطالبون بدمقرطة وسائل الإعلام.

كان الإنترنت الجديد على وشك أن يقوم بتأليف موسيقى ذاتية self-made music وليست كونشرتو بوب ديلان أو براندنبرج. لقد أصبح المستمع والمؤلف واحداً ونحن نحول الثقافة إلى تنافر أنغام.

أدركت أن مخيم أصدقاء أورللي FOOهو نظرة سريعة. فلم نكن نتحدث عن وسائل الإعلام الجديدة، بل كنا نحن الإعلام الجديد. كان الحدث هو الإصدار الثاني من ثورة ويب 2.0، حيث اجتمع ويكيبديا مع ماي سبيس ويو تيوب. كل واحد يعلن عن نفسه تلقائيا، ولا أحد يستمع. خارج هذه الفوضى، اتضح فجاة بأن ما ينظم هذه القردة غير المحدودة هو إدخال الإنترنت من بعيد قانون دارون الرقمي، بقاء الأعلى صوتا والمستبدين على قيد الحياة. ضمن هذه القواعد هو السبيل الوحيد لانتشار الثقافة من خلال الإعاقة اللانهائية.

كلما سمعت الكثير في نهاية الأسبوع، خفت رغبتي في التعبير عن نفسي. وكلما انتفخ ضجيج النرجسية، ازداد صمتي. وهكذا بدأت ثورتي على وادي سليكون. وبدلاً من الإضافة للضوضاء، فقد تمردت على قانون FOO معسكر ٢٠٠٤، وامتنعت عن المشاركة واكتفيت بالاسترخاء والمراقبة .

ومنذ ذلك الحين لم أتوقف عن المراقبة. وقضيت آخر سنتين أراقب ثورة ويب 2.0 وفزعت مما رأيت.

رأيت القرود تكتب على لوحة المفاتيح. كما رأيت العديد من المشاهد الغريبة الأخرى بما في ذلك لقطات فيديو لبطاريق تسوق أكاذيب عن إحصائيات التوزيع بمجال الأعمال أون لاين، وكلاب تدردش مع بعضها أون لاين. ولكن ما رأيته أكثر هو فيلم هيتشكوك عن " الطيور The birds أكثر من فيلم Doctor Doolittle وهو فيلم رعب عن عواقب الثورة الرقمية.

ولأن الديمقراطية، رغم مثاليتها السامية، فإنها تدمر الحقيقة، وتكشف الحوار المدني وتستخف من سعة الاطلاع والخبرة والموهبة. وكما لاحظت من قبل بأنها تهديد مستقبل مؤسساتنا الحضارية.

أسميها الغواية الكبرى- التى روجت لها ثورة الويب 2.0 ؛ إذ قدمت الكثير من الحقائق أمام ملايين الناس، وقدمت معرفة أكثر عمقًا، ورؤية كونيه أشمل، ورأيًا غير منحاز لمراقبيين يتمتعون بالحياد.

ولكن الحقيقه أن كل ذلك تمويه، إن ماقدمته ثورة الويب هو ملاحظات سطحية عن العالم ورأي صاخب بدلاً من حكم حصيف. يحول الإنترنت- تجارة المعلومات- إلى صخب مجلجل يحدثه مئات الملايين من المدونين الذين يتحدثون عن أنفسهم.

علاوة على ذلك فإن المستخدم المجاني للمحتوى الذي تفرزه وتمجده ثورة ويب 2.0 تقضى على الكثير من طبقات مثقفينا،

باعتبارهم نقاداً محترفين، وصحفيين ومحررين وموسيقيين وصناع سينما، ومتعهدين آخرين من خبراء المعرفة اللذين تم استبدالهم (" تم سحبها على حسب تعبير مخيم أصدقاء أورللي)، FOO بواسطة مدونين هواة ومراجعى الاختراقات وصناع الأفلام الشعبية وفنانى التسجيلات. في حين أن نماذج الأعمال الجديدة تعتمد على مادة متولدة من المستخدم تمتص القيمة الاقتصادية من وسائل الإعلام التقليدية والمحتوى الثقافي.

فنحن الذين نريد أن نعرف الكثير عن العالم، ونحن الذين نستهلك التيار الرئيسي للثقافة– تم إغواؤنا بوعد فارغ وهو دمقرطة وسائل الإعلام. والنتيجة الفعلية لثورة الويب 2.0 ثقافة أقل، وأخبار أقل مصداقية وفوضى معلومات تافهة. ومن الحقائق المثبطة في هذا العصر الرقمي الجديد هو الحقيقة المشوشة أو حتى الحقيقة الخفية.

والحقيقة، كما يفسرها توم فريدمان " تم تسطيحها"، في حين أننا نستحدث إصداراً شخصياً حسب الطلب تعكس قصور رؤيتنا الفردية، حيث تصبح حقيقة أحد الأشخاص "حقيقة" أي شخص آخر. ووسائل الإعلام حاليا تفتت العالم إلى مليارات الحقائق الشخصية، تبدو كل حقيقة لها شرعية متساوية وقيمة. واقتباساً من ريتشارد إدلمان مؤسس ورئيس شركة Edelman PR والمدير التنفيذى لها، وهي أكبر شركة عالمية خاصة للعلاقات عامة:

" في هذه الحقبة، من انفجار تكنولوجيا الإعلام لا توجد حقيقة

غير الحقيقة التي تعلنها أنت بنفسك"[١]

إن إضعاف الحقيقة هو تهديد لنوعية المناقشة العامة المدنية ويشجع على الانتحال والسرقات الأدبية للملكية الفكرية ويخنق الإبداع. عندما تتخفى الدعاية والعلاقات العامة في شكل الأخبار، فإن الخط الفاصل بين الحقيقة والخيال يصبح مشوشًا. وبدلاً من المزيد من المجتمع والمعرفة والثقافة، فإن كل ما ينتجه ويب 2.0 يقدم فعلا محتوى أكثر ريبة من مصادر مجهولة اختطفت زمننا ولعبت ببراءتنا.

هل تحتاج لدليل؟ لننظر إلى جيش البطاريق الكاذبة؛ "جيش بطارقة آل جور تحديداً" . الفيلم الذي تم تصويره على " يو تيوب" فيلم ساخر يدافع عن البيئة باسم "الحقيقة المزعجة " تستخف بجدية رسالة آل جور التي رسمها في نسخة البطريق، آل جور يعظ بطاريق آخرين عن الاحتباس الحراري العالمي.

ولكن "Algore's Army of penguins" ليس سوى نسخة مبتذلة من فراغ « يوتيوب »، ورغم أن الفيلم شاهده أكثر من ١٢٠ ألف مشاهد، فإن هذا الفيديو بلا شك يُعتبر عملاً من أعمال الهواة مع محاولة لإعادة تدوير الواقع وقد تتبعت جريدة وول ستريت جورنال من النسخة الحقيقية للفيلم للمحافظين الجدد إلى مجموعة DCI فى واشنطن – وهى شركة علاقات عامة – والذى تضمنت Exxon Mobil أعلنوا بأن الفيديو ليس أكثر من توليفة سياسية مكنت الويب 2.0 .

وأيضا المدونات، يمكن أن تكون وسائل لإعلانات الشركات الخفية وخداعها. ففي مارس ٢٠٠٦، ذكرت صحيفة نيويورك تايمز أحد المدونين الذي تطابقت ملصقاته في الإطراء لـ " وول مارت" مع بيان صحفي كتبه رئيس حسابات في شركة اركنساس للعلاقات عامة[١] لعل هذا هو نفس الفريق الذى خلف القضاء الغامض على ملاحظاتى التي لا تمتدح معاملة Wal-Mart لموظفيها على مادة بائع تجزئة في الوكيبديا .

تتزايد المدونات لتصبح ميدان قتال يشن فيها أساتذة العلاقات العامة حربهم الدعائية. ففي عام ٢٠٠٥، وقبل إطلاق المشروع الاستثماري الكبير، فقد اجتمع المدراء التنفيذيون لشركة "جنرال إلكتريك" مع مدونين مدافعين عن البيئة يتوددون إليهم، حول قدرة تكنولوجيا الطاقة الجديدة في حفاظها على البيئة. وفي تلك الأثناء فإن الشركات متعددة الجنسيات مثل أي بي إم، وماي تاج، وجنرال موتورز، كل هذه الشركات لها مدونات تحت هدف خفي، تروج لصيغهم من الحقائق المشتركة للعالم الخارجي.

ولكن تعتبر المدونات المعارضة للشركات، فهم متساوون في التساهل مع الحقيقة. ففي عام ٢٠٠٥، عندما تفجرت القصة الشهيرة " finger-in-chili إصبع إنسان في ساندويتش تشيلي" قام كل المعارضين لسلسلة مطاعم ويندي يتبارون بالدليل القاطع بأن الوجبات السريعة أعمال غير مشروعة. والقصة الملفقة كلفت شركة " ويندي"

نحو ٢,٥ مليون دولار من فاقد مبيعاتها، بالإضافة إلى فقدان الكثير من الوظائف وتراجع أسعار أسهم الشركة في البورصة.

وحينما قال رئيس وزراء بريطانيا السابق جيمس كالاغان: " إن الأكذوبة تشق طريقها حول العالم قبل أن تلبسها ثوب الحقيقة" وليس هناك أسرع من الحقيقة أكثر من سرعتها ودورانها وانطلاقها وثقافة العفوية من جو المدونات.

لا يتطلب الأمر جاذبية زعيم عالمي ليقيم ما يتضمنه وسائل الإعلام الديمقراطية. ففي عالم مسطح ومحرر حر حيث إن مصوري الفيديو وموزعي الموسيقى الرقمية Podcasters والمدونين يمكنهم أن ينشروا إبداعاتهم غير المتقنة وقتما يريدون، فلا أحد يراجع مستنداته أو يقيم أعماله، فوسائل الإعلام سهلة أن يتم اختراقها بمواد غثة من كل نوع- سواء كانت شركات PR مخادعة، أو شركات متعددة الجنسيات مثل wal-mart وشركة ماكدونالد، فإن المدونين المجهولين أو المتطفلين جنسيًّا بهوياتهم المخترعة المعقدة يمكنهم أن يفعلوا ذلك.

فمثلاً من يقول إن إحدى شبكات الدعارة الماليزية لا تراقب ملفات الفيديو يو تيوب للراقصة الماليزية؟ أو المرأة الإنجليزية على اليو تيوب وتتناول الشيكولاته والمربى لا تتقاضى أجراً من اتحاد شركات البسكويت؟

ومـن ذا الـذي يـقـول إن المقـالة النـقـديـة الحـمـاسـيـة لـكـتـابـــي – The Cult of the Amateur – والموجـود على موقـع Amazon.com، والتي ربما كانت السبب في شرائكـم لهـذه "النسخة الأصلية الرائعة" من هذا الكتاب لم أكتبها وطرحت كأن مؤلفها شخص آخر؟

وسأبين لكم بالتفصيل في الفصل الثالث أن الحقيقة والثقة كانتا كـبش الفـداء في ثورة ويب ٢,٠ ، فـفـي عـالم لا يحظى سـوى بالقلة القليلة من المحررين أو كتاب المقالات النقدية المتخصصين؛ كيف لنا أن نعرف ماذا نصدق؟ أو من نصدق؟ ولأن معظم محتوى الإنترنت من إنشاء المستخدم ينشر دون ذكر اسم مؤلفه أو تحت اسم مستعار؛ فلا أحد يعرف بالضبط من هو المؤلف لهذه المعلومات، إن كان قرداً أو هاوياً أو حتى آل جور.

وبالنظر للويكيبديا والتي تعد أكبر محراب معرفي على شبكة الإنترنت، نجد أن شخصيات محرريها المتطوعين – على النقيض من المحررين في دوائر المعارف المتخصصة كدائرة المعارف البريطانية مجهولة، ونجد أن هؤلاء المحررين من مواطني ويكيبديا قد تفوقوا على أقرانهم في تحرير تعريف الحقيقة، وإعادة تحرير تعريفها ثم إعادة تحرير التعريف مرة أخرى، وربما لمئات المرات خلال اليوم الواحد، ولنأخذ مثالاً على ذلك؛ فـفـي الخـامس من يوليـو سنة ٢٠٠٦، توفي Ken Lay المرتكب لجريمة اختلاس في مؤسسة Enron، وصدرت صفحة ويكيبديا الخاصة به على النحو التالي:

في العاشرة وست دقائق صباحًا حررت الصفحة بأن وفاة كين لاي كانت نتيجة " حادثة انتحار لا غموض فيه" ، وبعدها بدقيقتين كتب أن سبب الوفاة الظاهر هو " التعرض لنوبة قلبية " ، وفي الساعة العاشرة وإحدى عشرة دقيقة صباحًا أخبرتنا صفحة ويكيبديا أن " إثم تدمير حياة العديد من الأشخاص قد دفعته في النهاية إلى الانتحار" ، وفي العاشرة واثنتي عشرة دقيقة يعود الحديث إلى أن السكتة القلبية كانت السبب وراء الوفاة.

وفي فبراير من سنة ٢٠٠٧، وبعد دقائق من وفاة إحدى عارضات الأزياء السابقات، وفتاة غلاف مجلة البلاي بوي PlayBoy أنّا نيكول سميث في فلوريدا، امتلأت صفحتها في ويكيبديا بالعديد من الآراء النظرية المتضاربة فيما يتعلق بسبب وفاتها، واستشهد هنا بملاحظة مارشال بو Marshall Poe التي أوردها في إصدار سبتمبر ٢٠٠٦ من أتلانتك Atlantic.

نحن نميل إلى أن نعتقد أن الحقيقة هي شيء ما يسكن العالم، وأن حاصل جمع اثنين زائد اثنين يساوي أربعة هي حقيقة نقشت على النجوم......ولكن ويكيبديا تقترح نظرية مختلفة للحقيقة ، عليك فقط أن تفكر في الطريقة التي نتعلم بها معاني الكلمات، فالمجتمع يقرر أن حاصل جمع اثنين زائد اثنين يساوي أربعة بالطريقة ذاتها التي يعرف بها ما هي التفاحة؛ ألا وهي إجماع الآراء، ومعنى هذا أن المجتمع إذا عدل عن رأيه وقرر أن حاصل جمع اثنين زائد اثنين يساوي خمسة؛ فإن

حاصل جمع اثنين زائد اثنين يساوي خمسة، وقد لا يميل المجتمع إلى أن يقوم بهذا العمل السخيف عديم الفائدة، ولكنه يملك القدرة على أن يقوم بذلك!

وفي رواية أورويل "1984 " ؛ يصر الأخ الكبير على أن حاصل جمع اثنين زائد اثنين يساوي خمسة، معتبراً أن العبارة البديهية خطأ على حقيقة ثابتة وراسخة، أما اليوم – وكما سيتضح هذا في الفصل السابع– فهناك أخ كبير آخر كامن، وقد يكون أشد فتكًا من الأول، يتربص في الظلام، ألا وهو محرك البحث، فنحن نبوح بأعمق أسرارنا لمحرك البحث القوي من خلال عشرات الملايين من الأسئلة التي تطرح عليه كل يوم، فصارت محركات البحث مثل جوجل تعرف الكثير عن عاداتنا واهتماماتنا ورغباتنا أكثر من أصدقائنا ومن نحبهم ومن نتردد عليهم من اختصاصي علم النفس مجتمعين، ولكن على عكس من رواية ألف وتسعمائة وأربعة وثمانين فهذا الأخ الكبير قريب جداً من الواقع، ويجب علينا أن نعهد إليه ألا يفشي أسرارنا. بعد أن وضعنا ثقتنا فيه، تلك الثقة التي سنرى أنه قد غرر بها مراراً وتكراراً.

ومن المثير للدهشة أن غاية المراد لكل من يضع إعلانًا في عالم ويب ٠ر٢ العريض هو أن يحوز على ثقة الآخرين، ولكنهم قد نكّسوا صناعة الإعلان التقليدية رأسًا على عقب؛ فموقع MySpace بحسب ما ورد في جريدة وول ستريت جورنال وغيرها – يصيغ الآن

ملفات شخصية لعدد من الشخصيات الوهمية تقيم علاقات شخصية مع ملايين الشباب في محاولة لتسويق منتجات معينة، كما اشترت (News Corp) التي تملك ماي سبيس) الحق في أن تضمن ملفات شخصية لعدد من الشخصيات الخيالية مثل شخصية (Ricky Bobby) التي قام بأدائها ويل فيريل من فيلم (Talladega Nights.) أو ليالي تاليديجا) والذي حقق نجاحًا باهراً في عام ٢٠٠٦، ويقوم أعضاء آخرون في مجتمع ماي سبيس - من حديثي العهد به - بوضع شخصيات من إعلانات عن سيارات مثل جيل Gil، سرطان البحر، الذي يظهر في الإعلان المنفذ لحساب مؤسسة هوندا عن سيارتها Element، أو تميمة الحظ الملكية لشركة بيرجر كينج ، أو الشخصية التي تدعى " Miss Irresistable المتحدثة الرسمية - ذات الأسنان اللامعة- للنوع الجديد من منتجات معجون الأسنان Crest، ويبقى السؤال ؛ هل مثل هذه الشخصيات الثلاث : جيل، وملك بيرجر كينج وميس إيررسيستابل يمكن أن تكون أصدقاء لنا فعلاً؟ والجواب كلا، فهذه الشخصيات ما هي إلا شخصيات خيالية مهمتها الأساسية هي الدعاية - لبيع المزيد من عبوات معجون الأسنان أو سندويتشات البيرجر - بين الصغار قليلي الخبرة.

ويضاف لهذا أن ثقتنا بالإعلانات التقليدية قد أضيرت، وما تزال، بسبب كثرة الإعلانات الوهمية والهزلية التي انتشرت في كل جانب على شبكة الإنترنت، فعلى سبيل المثال؛ نشرت جريدة نيويورك تايمز

في يوم ١٥أغسطس عام ٢٠٠٦ ما يفيد بأنه في ذاك الوقت، قد تم عرض أكثر من ١٠٠ مقطع فيديو يصور، بصورة تهكمية، حملة إعلانية كانت قد أطلقتها مؤسسة Vonage التي تقدم خدمة إجراء المكالمات الهاتفية عبر الإنترنت، وذلك على موقع .YouTube، وأن معظم هذه المقاطع قد تمت مشاهدته خمسة آلاف مرة على الأقل. فهذه المقاطع الهزلية، لا تحمل صبغة شرعية – أي غير مأذون بها، كما إنها غير مسئولة، والتي تصمم على غرار إعلانات مشهورة؛ قلما تمدح المنتجات أو الماركات المعلن عنها، بل إنها إن لم تختلق عيباً غير حقيقي فإنها تكشف غيره، وعلى الرغم من أن الحقيقة التالية قد تسبب الضيق لمديري الإعلانات الفنيين (وقد شبه أحد مديري الإعلانات الفنيين – مدير الإبداع التفاعلي –والمسئول عن إعلانات مؤسسة Crispin Porter & Bogusky، هذه الظاهرة بأنها إرهاب العلامات التجارية على شبكة الإنترنت) .فإن مقاطع الفيديو التي يصورها الأفراد داخل منازلهم تطعّم بالكثير من لقطات الإعلانات الفعلية وتبدو النسخة المقلدة بحيث يصعب تمييزها عن الإعلان الأصلي.

وهناك كذلك موقفنا من مسألة " التأليف" ؛ وهو موقف يتعرض لتغير جذري بسبب حضارة الإنترنت ذات الطابع الديمقراطي التي نحيا في ظلها، ففي العالم الذي يصعب التعرف فيه وبشكل متزايد على جمهور القراء من جهة والكاتب من جهة أخرى، كما يعد التحقق من أصالة العمل ضرباً من ضروب المستحيل، أضحت أمور الملكية الفكرية

وحقوق التأليف في مهب الريح، فمن يملك المحتوى الموجود على موقع ماي سبيس، والذي كتب بتوقيع شخصية خيالية ظهرت في فيلم ما؟ ومن " يملك" المحتوى الذي وضعته إحدى خلايا المحررين دون ذكر لأسمائهم على صفحات الويكيبديا؟ ومن صاحب المحتوى الذي ينشره أصحاب المدونات؛ هل هو فريق (من المخططين الإعلاميين) ممن يجيدون فن المراوغة الإعلامية تابع لإحدى المؤسسات أم هو مجرد اقتباس من مقالات نشرت في جريدة نيويورك تايمز؟ فباجتماع هذا التعريف الغامض للملكية مع السهولة المتاحة الآن في استخدام خياري نسخ ما كتبه آخرون ثم لصقه ليبدو المحتوى وكأنه قد كتبه المرء بنفسه قد أدى إلى موجة جديدة من التساهل المرضي المقلق فيما يخص حقوق الملكية الفكرية.

وما أيسر استخدام خاصيتي نسخ ولصق في عالم ويب ٢٫٠ ، ولأنها لا تحتاج جهداً مثلها مثل لعب الأطفال، فقد أصابت الأجيال الصغيرة بهوس السرقات الأدبية، فاعتقدوا أن مجرد قدرتهم على نسخ ولصق فكرة مصوغة بصورة جيدة أو رأي وضع في عبارة منمقة، يمنحهم حق ادعاء تأليفه.

وفيما يتعلق بالتقنيات الأصلية لتشارك الملفات - مثل Napster، وKazaa، والتي جذبت إلى نفسها اهتمامًا كبيراً أثناء الازدهار الأول لعالم الويب، فقد تلاشت بجانب أحدث التقنيات التي أتى بها عالم ويب ٢٫٠ ، بسبب ما للأخيرة من قدرة على "إعادة دمج " المحتوى و"خلط " البرمجيات أو الموسيقى في بعضها البعض. وفي نسخة تكاد

تكون نسخة محرفة من قصة أليس في بلاد العجائب، وبمنطق عالم ما أسفل نفق الأرنب – خرج علينا أصحاب الرؤى المستقبلية في وادي السليكون من أمثال أستاذ القانون بجامعة ستانفورد ومؤسس "عموميات خلاقة " Creative Commons، السيد Lawrence Lessig، ومعه السيد William Gibson مؤلف Cyberpunk، وقاما بمباركة استحلال الملكية الفكرية، واستشهد هنا بما كتبه جيبسون في إصدار يوليو ٢٠٠٥ من مجلة وايرد :

"لم تعد ثقافتنا تنزعج من عبارات مثل الاعتمادات المالية، أو الاقتراض حتى تصف تلك الأنشطة، فلم يعد الجمهور يصغي تماماً – بل يشارك فقط. وفي الحقيقة إن الجمهور أصبح عبارة قديمة مثل سجل فإن كانت واحدة استخدامها سلبي فإن الأخرى استخدامها قديمة، ومن هنا فإن التسجيل وليس إعادة الدمج هو الأمر غير الطبيعى فى يومنا هذا، وإعادة الدمج هو الأمر الطبيعى فى العالم الرقمى.

لقد اهتم الطلاب المتفوقون في الجامعة البريطانية أكسفورد بنصيحة جيبسون، ففي يونيو ٢٠٠٦، نشرت صحيفة جارديان أن سمعة الجامعة " مهددة بشكل كبير فالطلاب يلجئون إلى نسخ أعمال مدونات من الإنترنت بشكل متزايد ويقدمونها على أساس أنها من أعمالهم" وقد كشف استطلاع ونشرته مجلة Education Week بأن ٥٤٪ من الطلاب أقروا بعملية السرقات الأدبية من الإنترنت. وأن ٤٦٪ يقولون الحقيقة ؟ لقد بدأت حقوق النشر والملكية تفقد معناها بالنسبة إلى من يرسلون لغطهم وتعديلهم على الشبكة. فإنهم مثل

الأستاذة سالي براون في جامعة ليدز ميتروبولتن التي تقول عنهم: " إنهم أجيال ما بعد حداثة الانتقائيين وأجيال جوجل والوكيبديا الذين ليس من الضروري أن يعرفوا معاني التأليف أو الملكية ."

إن النتائج الثقافية لهذه السرقات مقلقة بشكل كبير، فإن ثقافة جيبسون الخلط المتواجد في كل مكان لا يدمر فقط قداسة التأليف ولكن أيضاً تقوض الحصون المتوارثة للإبداع الفردي.

فما إن يقوم مؤلف مبدع بعرض قيمة وفكرة نفيسة في كتاب حتى تتعرض لتحديات الأحلام الجماعية لمؤلفي الإنترنت المتشعبة الذين يضيفون عليها الحواشي ويراجعونها في عملية لانهائية، يتبادلونها فيما بينهم باستمرار في حلقة لا تنتهي من المراجع الذاتية.

في مايو ٢٠٠٦ كتب كيفين كيلي مقالاً في النيويورك تايمز [٦] تحدث فيه بحماسة عن موت النص الوحيد- والتي عرفته الحضارة خلال عصورها الماضية باسم الكتاب. ولكن البديل الذي يتصوره كيلي هو إعلام متواصل ومترابط التي يتم فيها مسح كتب العالم رقميًا ويتم ربطها ببعض: وهو ما يسميها عملية " النسخة السائلة " للكتاب. في رأي كيلي فإن عملية القص واللصق والربط والتعليق بالحواشي على النص هو مثل تأليف كتاب أو أهم منه. إنها النسخة الأدبية للوكيبديا. فبدلا من الكتب التقليدية التي أصدرها نورمان ميللر أو أليس ووكر و جون أبدايك ، فإننا يجب أن نتقبل، تبعا لما يقوله كيلى، النص الرقمي الواحد المتبادل والمتشعب والذي يعلق عليه الهواة .

إذن فماذا يحدث حينما تدمج كتاب كيلي " الإصدار السائل مع الويكي ؟ فإنك تحصل على مليون بنجوين . وهذا هو العنوان الفعلي "دي مونتفورد يونيفيرستي يناير ٢٠٠٧ " رواية ويكي" وهي تجربة ديمقراطية أشرف على إصدارها الناشر البريطاني " بنجوين" والتي تدعو أي إنسان أن يسهم في الرواية بشكل إجمالي. ولكن هل يمكن أن تبدع إسهامات أصوات الهواة الحبكة والسرد القصصي المقبول والمتماسك؟ أشك في ذلك. إذ كتب مدون البنجوين والناقد الأدبي جون إليك يقول: " سوف أكون سعيداً طالما أنها تتجنب أن تكون نوعا ما من السفاحين القتلة الآليين ضد النينجا الإفريقي في الصراع في الفضاء يرويها تاج البابا"(١) .

ليس فقط من ناحية جماليات مشاعرنا التي تتعرض للهجوم. لقد أصبح الإنترنت وسيلة اختيارية لتشويه الحقيقة السياسية والسياسيين. مثلاً في عام ٢٠٠٤ تم الهجوم على تسجيل جون كيري " سويفت بوت في فيتنام، نظمها المئات من المدونين المحافظين الذين رسموا المواطن الأمريكي على أنه مغفل فى نظر الفيكونج . وماذا عن الجناح الأيسر من الهجوم للمدونات. في صيف وخريف ٢٠٠٦ تم الهجوم على جوليبرمان، العضو الديمقراطي المعتدل، وقام المهاجمون يجعلونه مرتدياً ملابس الجناح الأيمن ، جناح مؤيدي بوش، الجمهوري الداعي للحرب، مما كلفه خسارة انتخابات عام ٢٠٠٦ فى بدايتها وبالتالى فقد استمر فى الانتخابات العامة ليثأر لنفسه في النهاية) ولم تكن من بين تلك المدونات من MoveOn.org وحتى مدونة Swiftvets.com كان

جادا في موضوعات السجال أو موضحًا نقاط الغموض والتعقيد في الشئون السياسية . عوضًا عنها فقد قدموا بشكل متزايد أنصار الأقلية باستخدام الإعلام الرقمي الديمقراطي للتشويش على الحقيقة والتلاعب بالرأي العام.



كُلفة إضفاء الطابع الديمقراطي

يؤدي مثل هذا الخلط ما بين الجمهور والمؤلف، وبين الحقيقة والخيال، وبين الابتكار والواقع إلى إضفاء المزيد من الغموض على الموضوعية. وقد ضاعفت ثقافة الهواة من صعوبة تحديد الاختلاف ما بين القارئ والكاتب، وبين الفنان والمخادع، وبين الفن والدعاية، وكذلك بين الهاوي والخبير. والسؤال ما هي النتيجة المترتبة على ذلك؟ النتيجة هي انخفاض جودة المعلومات التي نتلقاها ومصداقيتها، مما يؤدي بدوره إلى تشويه – هذا إن لم يكن يترتب عليه إفساد صريح– حوارنا الوطني المدني.

غير أنه ربما تكون الطامة الكبرى هي ثورة الويب ي (Web 2.0) «الجيل الثاني لشبكة الإنترنت»، وهي عبارة عن أعمال تجارية فعلية تحمل منتجات واقعية، وعاملين حقيقيين وحملة أسهم فعليين، وهو الأمر الذي سنتحدث عنه في الفصلين الرابع والخامس. فكل التسجيلات الموسيقية التي لم تعد متداولة في الأسواق، ولكل مراسل صحفي مقال من عمله، وكل مكتبة مستقلة تعرضت للإفلاس ، كل ذلك نتيجة مترتبة على محتوى الإنترنت "المجاني" المولد من قبل المستخدم، من كرايجلست للدعاية المجانية إلى يوتيوب للتسجيلات المرئية الموسيقية وحتى المعلومات المجانية التي تتيحها موسوعة ويكيبديا على شبكة الإنترنت.

وقد لا تدرك أن ما يعتبر مجانيا يكلفنا مبالغ طائلة بالفعل، ومن

غير المحتمل أن يقدر الرابحون الحقيقيون، من مواقع ماي سبيس ويوتيوب وجوجل وكراجلست Craigslistومئات المشاريع الناشئة التي تعد جميعها عطشى لتحصل على جزء من الجيل الثاني لشبكة الإنترنت، على القيام بنفس الخدمات التي كانت تقدمها الصناعات التي يسعون إلى خفض الطلب عليها، وذلك فيما يتعلق بالمنتجات الناتجة أو الوظائف المتشكلة أو العوائد الناتجة أو المزايا الممنوحة. ومن خلال استحواذ المدونات والموسوعات الموجودة على شبكة الإنترنت على اهتمامنا وجذبها لانتباهنا، فإنها تؤثر بالسلب على عمل دور النشر والموسيقى والمؤسسات الإخبارية التي أوجدت المحتوى الأصلي الذي "يتراكم" لدى مثل هذه المواقع على شبكة الإنترنت. وثقافتنا تعمل في الأساس على التهام الصغير منها، مما يؤدي بدوره إلى تدمير الموارد الأصلية ذات المحتوى الذي تسعى إليه. هل يكون مثل هذا النموذج هو النموذج الجديد السائد على المستوى التجاري في القرن الحادي والعشرين؟

وقد طرحت قصة الغلاف الواردة في مجلة بيزنس ٢,٠ في يوليو ٢٠٠٦ سؤالاً حول ماهية الأفراد الخمسين "الأكثر أهمية" في الاقتصاد الجديد. ولم يتصدر هذه القائمة ستيف جوبز أو روبرت موردوتش أو حتى سيرجيري برين ولاري بيج، رغم أنهما المؤسسان لموقع جوجل، بل كان "أنت أيها المستهلك الذي يوجد هذا النوع من التجارة "، وفي هذا تقول:

أنت – أو بالأحرى التنسيق والتعاون المجسد ما بين ذكاء عشرات الملايين من الأفراد، أو أنت الداخل في شبكة للمعلومات على الإنترنت – من تخلق باستمرار وتنقي الصور الجديدة من المحتوى، فتجيز ما هو مفيد ومناسب ومبهج وترفض الباقي. وفي كل حالة، فقد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الفعل بوصفك أحد أعضاء الجمهور المتكتل الذي يتفاعل فيما بينه ويمتاز بتنظيم ذاتي كما يمتاز هذا الجمهور أيضًا بكونه يمتع نفسه بنفسه.

ما الشخصية التي اختارتها مجلة تايم كأفضل شخصية لعام ٢٠٠٦؟ هل كان جورج بوش أم البابا بنديكت السادس عشر بابا الفاتيكان أم بيل جيتس أم وارن بافت، الذين ساهموا مجتمعين بأكثر من ٧٠ مليار دولار أمريكي من ثرواتهم لأجل تحسين الحياة على وجه الأرض؟ لم يكن أي من هؤلاء هو الشخصية التي اختارتها المجلة، وإنما منحت المجلة هذا اللقب لك أنت!

نعم أنت، أنت من تتحكم في معلومات ومعارف عصر الكمبيوتر. فمرحبًا بك في عالمك. وأنت أيضًا من تتحكم في موسوعة الوكيبديا، والتي يكون بها متلقي المعارف هو أيضًا الصانع للمعارف. أنت الذي تقدم تعريفًا ليو تيوب، وهو الموقع الذي يتم فيه إنتاج ومشاهدة عشرات الآلاف من مقاطع الفيديو يوميًّا بك أنت. أنت أيضًا من يقوم بطلب ومراجعة كتب على موقع أمازون، إلى جانب الدخول في مناقصات وبيع السلع بمزاد علني من خلال موقع e Bay، وكذلك شراء وتصميم ألعاب الفيديو على منصة ميكروسوفت إكس بوكس،

وإدراج الإعلانات على موقع كراجلست والرد عليها.

وبالطبع، يعني كل تسجيل مجاني على موقع كراجلست انخفاض معدل التسجيل بمقدار واحد في إحدى الصحف المحلية. كما أن كل زيارة تقوم بها لواحة المعرفة المجانية التي تتيحها موسوعة ويكيبديا تعني انخفاضاً قدره واحد في عدد العملاء المستخدمين للموسوعات المطبوعة والتي جرى عليها البحث المهني والمتخصص مثل الموسوعة البريطانية. إلى جانب ذلك، فإن كل مرة تحميل مجاني للموسيقى أو مقاطع الفيديو على الإنترنت يؤدي إلى انخفاض معدل بيع الأسطوانات أو أجهزة الفيديو بمقدار واحد، وهو ما يعني بدوره انخفاض ما يحصل عليه الفنان أو المؤلف من مقابل مادي بمقدار واحد.

وفي كتابه الذي حقق أفضل مبيعات الصادر مؤخراً بعنوان "The Long Tail" ، احتفى كريس أندرسون المحرر بمجلة «وايرد» بهذه السطحية الثقافية، الذي وصفها بأنها نهاية المواد الفنية الشائعة. وفي عالم أندرسون الجديد والبديع، سيكون هناك حيز لا نهاية له يتسع لمنتجات لا حصر لها، مما يتيح أمام الجميع خيارات غير محدودة. ويعيد كتاب الذيل الطويل بالفعل تعريف كلمة "الاقتصاديات" محولا إياها من علم الندرة إلى علم الوفرة، ومبشراً بسوق لا حدود له نقوم فيه بتدوير وإعادة تدوير إنتاجنا الثقافي لما يحقق رضاءنا وسعادتنا. وهو بهذا مفهوم مغر. لكن حتى ولو قبل فرد لنقاشات أندرسون المريبة في المجال الاقتصادي، سيبقى أن نقول إن نظرية الذيل الطويل يشوبها عيب

واضح. إذ افترض أندرسون أن المواهب غير المصقولة تتسم بكونها غير محدودة في عددها مثلما هو الحال في الحيز الشرائي على موقع أمازون أو موقع e bay غير أنه بينما يمكن أن يكون هناك عدد لا حصر له من الطابعين، إلا أن عدد الموهوبين وذوي الخبرة والحنكة عدد قليل في أي مجال من المجالات. وقد يكون العثور على الموهبة الحقيقية ورعايتها في بحر من الهواة هو التحدي الحقيقي الذي يكتنف عالم الجيل الثاني لشبكة الإنترنت. والحقيقة هي أن رؤية أندرسون لإعلام غير مألوف وسطحي يمثل نبوءة ذاتية التحقيق. فبدون صقل الموهبة، لن يكون هناك في الواقع أي من المواد المألوفة والشائعة، والسبب في ذلك هو أن الموهبة التي أبدعتها لم يُكتب لها أن تصقل أو يسمح لها أن تلمع وتصل إلى قمة أدائها.

واليوم، وعلى شبكة الإنترنت التي يملك فيها كل فرد صوتًا متساويًا، لا تختلف الكلمات التي يطلقها الحكيم عن تلك الهمهمات التي يتفوه بها أحد الحمقى. وأنا واثق من أن لدى كل فرد منا وجهات نظر خاصة به، إلا أنه كما أوضحت في الفصل الثاني، أقل القليل منا من حصل على تدريب أو معرفة أو خبرة عملية خاصة ليحدث أي صورة من صور المنظور الفعلي. فعلى سبيل المثال، تجد أن المعرفة التي لدى كل من توماس فريدمان، الكاتب في صحيفة نيويورك تايمز، وروبرت فريسك، مراسل الشرق الأوسط لصحيفة الإندبندنت، لم تأت من مدونات مبهمة غير معلومة المصدر، بل اكتسبا معارفهما المتعمقة

عن الشرق الأوسط من خلال قضاء سنوات طويلة في المنطقة. بل إن هذا الأمر استغرق فترات زمنية طويلة واحتاج إلى الاستعانة بالعديد من المصادر، هذه المصادر والفترات الزمنية يستحق كل من الصحفيين أنفسهما والصحف التي يعملان لها أن يحصلوا على تعويضات مناسبة عنها.

والموهبة، كما هو معروف دومًا، مورد محدود، وهي بمثابة الإبرة في كوم قش رقمي. فلن تجد الفرد الموهوب، حيث ستجد الفرد المتدرب الذي انكفأ يعمل خلف جهاز كمبيوتر ينتج رسائل مدونات عديمة القيمة أو صور نقد سينمائية لا تتسم بالأهمية. ويتطلب صقل الموهبة العمل ورأس المال والخبرة والاستثمار، ويتطلب بنية تحتية معقدة قوامها وسائل الإعلام التقليدية، من الباحثين وراء الأخبار والوكلاء والمحررين والناشرين والفنيين وأيضًا المسوقين. وتبنى الموهبة من خلال الوسطاء، فإذا ما "فككت دور الوساطة" في مثل هذه الطبقات، حينئذٍ لن يتحقق تطور في الموهبة أيضًا.

وتعتبر اقتصاديات "الذيل الطويل" قائمة على أساس خاطئ، ويشير الساعون إلى بلوغ المرتبة المثالية والنموذجية مثل أندرسون أن المحتوى المبتدع في ذاته سينتج عنه في النهاية إلى حد ما قرية لا حد لها من البائعين والمشترين، كل منهم يشتري قدرًا لا بأس به ويختار من عدد غير مألوف من الأشياء. ولكن كلما زاد المحتوى الموجد ذاتيًا الذي يتم طرحه على الإنترنت، زادت صعوبة التمييز بين المؤلف الجيد وبين المؤلف غير الجيد، وتحقيق كسب مالي في أي منها. وكما أوضح تريفور

بترورث في جريدة الفينانشيال تايمز، عندما قال: لا يستطيع أحد أن يحقق ثراء من المدونات، ولا حتى Marcos Moulitsas Zuniga، مؤسس مدونة Daily Kos، وهي المدونة الأكثر شيوعًا من بين جميع المدونات السياسية. خذ مثلاً حالة موقع GoFugYourself.com، وهو موقع شهير يجذب عددًا كبيرًا من الجمهور قوامه ١٠٠ ألف زائر يوميًّا. وطبقًا لقول بترورث، لا ينتج الموقع إلا عائدًا ماديًا ضئيلاً لا قيمة له لمؤسسيه. والمواقع فوق المتوسطة، مثل موقع jazzHouston.com، تجذب ١٢ ألف زائر يوميًّا ولا تدر إلا عائدات ضئيلة، حوالي ألف دولار فقط كل عام كعائدات الإعلانات من جوجل. ثم يأتي بعد ذلك السيد جاي كواساكي، مؤلف واحدة من بين أشهر خمسين مدونة على شبكة الإنترنت، شوهدت صفحاتها مليوني ونصف مرة تقريبًا خلال عام ٢٠٠٦ . لكننا نسأل هنا ما مقدار ما حصل عليه جاي كواساكي كعائدات من الاعلانات عن عام ٢٠٠٦ نتيجة لكل هذا الملكية الإعلامية الساخنة؟ والإجابة هي أنه لم يحصل إلا على ٣٣٥٠ دولارًا أمريكيًّا. إذا ما كان هذا هو الذيل الطويل بالنسبة إلى أندرسون، فيمكن أن نقول إنه ذيل لا يمنح أحدا عملا مربحا. ففي أحسن الأحوال، لا يمكن أن يوفر مثل هذا المبلغ إلا ما تحتاجه الحيوانات التي تربيها.

ويعتبر التحدي الحقيقي الموجود في سوق الذيل الطويل الذي يقدمه أندرسون، من حيز شرائي لا حدود له، هو إيجاد ما يمكن أن تقرؤه أو ما يمكن أن تسمعه أو تشاهده. وإذا ما ظننت أن الاختيار في

مخزونك السجلي المحلي مريعا، إذن ما عليك إلا أن تنتظر حتى ينفك الذيل الطويل ويحل طوله اللانهائي. إلا أنه لا يعتبر اللجوء إلى البحث عبر المدونات أو ملايين الفرق الموسيقية الموجودة على موقع ماي سبيس أو عشرات الملايين من مقاطع الفيديو على موقع يوتيوب للحصول على واحدة أو اثنتين من المدونات أو الأغاني أو مقاطع الفيديو التي تحمل قيمة فعلية، أمرا ممكنا بالنسبة إلى الأفراد الذين يعملون في أعمال تشغل جزءاً كبيراً من يومهم أو مرتبطين بعمل بصفة دائمة. ويعد المصدر الوحيد الذي يواجه تحديا من كل هذا الذيل الطويل من محتوى الهواة هو وقتنا – إنه المورد الأكثر محدودية وأكثر هذه المصادر أهمية قاطبة.

صحيح إن عدداً من مواقع الجيل الثاني لشبكة الإنترنت مثل موقع Pandora.com وموقع Goombah.com وموقع مود لوجيك Moodlogic.com تبني محركات ذات ذكاء صناعي من المفترض أن لديها المواد الموسيقية أو الأفلام التي يمكن أن نفضلها. غير أنه يعتبر الذكاء الصناعي بديلاً رديئاً للذوق والحس السليم. كما أنه لا يمكن لأي برنامج كمبيوتر أن يحل محل الثقة الضمنية التي نضعها في نقد الأفلام التي يقوم بها نيجل أندروز (في صحيفة الفينانشيال تايمز) أو إيه أو سكوت (في صحيفة نيويورك تايمز) أو أنتوني لين (مجلة نيويوركر) أو روجر إبرت (في صحيفة شيكاغو صن-تايمز)، وهي أعمال نقدية تمت بإتقان واحترافية، اعتمدت على سنوات طويلة من التعليم والتدريب وخبرة في نقد الأفلام. ولا يمكن لأي تحليل آخر أن

يضاهي التحليل الأدبي للنقاد في مجلة لندن أو مجلة نيويورك ريفيو أوف بوكس، كما لا يمكن أن يرقى إلى مستوى الثراء في المعرفة الموسيقية التي يتمتع بها النقاد في مجلات مثل روليننج ستون أو جازيز أو جراموفون.

ويعتبر كريس أندرسون محقًّا في قوله أن الحيز اللانهائي الذي يشمله الإنترنت من شأنه أن يتيح المزيد والمزيد من الفرص بالنسبة إلى برمجة البث المتخصص، إلا أن الجانب السلبي يتمثل في أن هذا الأمر سيضمن أن مثل هذا البث الحصري سيجلب قدراً أقل من العائدات. فكلما زاد تخصص البث، ضاق نطاق السوق تبعًا لذلك. وكلما زاد ضيق السوق، زاد تبعا لذلك صغر مقدار رأس المال الخاص بميزانية الإنتاج، وهو ما يؤثر بدوره بالسلب على جودة البرمجة، مما يؤدي إلى المزيد من نقص الجمهور وتنفير أصحاب الإعلانات.

وأحد الأمثلة على مثل هذه الدائرة المظلمة هو محاولة محطة التلفزيون الأمريكي إن بي سي عام ٢٠٠٦ ابتكار حلقات صغيرة حصرية على شبكة الإنترنت تتسم بالتفاعل من حلقات تحمل عنوان " The Office أو "المكتب". وقد كانت الحلقات الصغيرة تتلقى تمويلاً ضئيلاً جداًّ حتى إنه لم تستطع محطة إن بي سي أن تتيح مبالغ مالية لستيف كارل، نجم العرض. وكما قال أحد نقاد التلفزيون، فإن الأمر يبدو كما لو أن "أشياء تم نقلها بسرعة من الصندوق". إن شبكة التلفزيونات تتشبث ببقايا الجمهور، وتسعى لتقسيمهم إلى شرائح رقيقة ففي عام ٢٠٠٦، طورت محطة إن بي سي مواقع للفيديو للشواذ

من الذكور ومدمني مشاهدة التلفزيون وقدمت قناة سي بي إس قناة ويب تفاعلية للمراهقين، في حين تخصص موقع آخر showbuzz.com (في الأخبار والأحداث الترفيهية. وفي محاولة بائسة من شبكة scripps Network لأن توسع النطاق الإجمالي لحجم المشاهدين لها، أدخلت أيضًا قنوات فيديو لفئات متزايد الصغر من الأفراد، من المهتمين بالنجارة إلى المهتمين بالحياكة إلى تناول الأطعمة الصحية.

والسؤال هو إلى أين تنتهي؟ هل من خلال وجود قناة لكل فرد منا نكون فيها المذيعين الوحيدين والجمهور الوحيد؟ ونقول إن هذا الأمر من شأنه أن يكون إضفاءً للديمقراطية على النطاق الأساسي الأكبر. مثل هذه النتيجة المثيرة للتهكم والسخرية لا تعتبر تخيلات محضة. ففي وقت قصير منذ انتقاد FOO Camp عام ٢٠٠٤، اندلعت ثورة المحتوى النرجسي الويب 2.0 وقبل حلول شهر سبتمبر ٢٠٠٤، لم يكن هناك أي موقع يوتيوب، كما لم يكن هناك أي مواقع جديدة من قبل المؤلف مثل ويكبيدا، وكان موقع ماي سبيس حافظا لأسرار سليكون فالي في كاليفورنيا. أما اليوم فأصبحنا نشاهد مئات الملايين من الكليبات في اليوم الواحد على يوتيوب، وقد تأسس موقع ماي سبيس في يوليو ٢٠٠٣، وبه ما يزيد على ٩٨ مليون صورة معروضة. أما الآن فيمكن أن نقول إن هناك عددًا غير محدود من مواقع الإعلام الاجتماعي للمراهقين ومن هم دون سن المراهقة ومن تجاوزوا هذه المرحلة، كما سنرى، حتى إنه يوجد أيضًا مواقع لمن يتظاهرون بأنهم مراهقون.

وقد اقتحم المدونون ومستخدمو البودكاست (ملف وسائط متعددة أو مـجـمـوعـة من هذه الملفـات يتم نشـره عـبـر الإنتـرنت) على أجـهـزة الكمبيوتر الخاصة بنا، وكذا هواتفنا المحمولة التي يمكنها أن تدخل على شبكة الإنترنت وأجهزةجهاز iPOD التي نمتلكها. وما كان في وقت سابق مجرد ثقافة غريبة في سليكون فالي بولاية كاليفورنيا، يحدث الآن تحولاً في أمريكا بالكامل.

وفي أحد الرسوم الكارتونية التي ظهرت في مجلة ذا نيويوركر عام ١٩٩٣، ظهر كلبان يجلسان أمام أحد أجهزة الكمبيوتر، أحدهما يضع كفه على لوحة المفاتيح والآخر ينظر إليه نظرة فضولية.

يطمئن الكلب الذي يستخدم لوحة المفاتيح صاحبه الآخر قائلا:
"على شبكة الإنترنت، لن يستطيع أحد أن يعرف أنك كلب".

وقد أصبح مثل هذا الكلام صحيحًا في هذا العصر أكثر من أي عهد مضى، ففي شبكة الإنترنت الحالية التي تنشر من تلقاء نفسها، لا أحد يعرف إذا ما كان الداخل على الإنترنت كلبًا أم قردًا أم أرنب عيد الفصح. وسبب ذلك هو انغماس كل فرد في تصوير ذاته وشخصيته عبر الإنترنت، ووراء انغماس كل فرد في الكفاح الدارويني للتشارك في العقل من أجل السماع للآخرين.

إلا أنه لا يمكننا أن نلوم هذه الحالة المزرية التي وصلت إليها الأمور ونرجعها لبعض الأنواع المعينة. فنحن البشر مسئولون في المقام الأول عن

هذه المرحلة الجديدة من البث الإعلامي المتخذ طابعا ديمقراطيا. كما أننا- في الوقت نفسه- كتابه الهواة، ومنتجوه من الهواة وكذلك فنيوه الهواة، وأيضاً جمهوره الهواة.

وقد جاء دور الهواة ، والجمهور الآن هو من يدير العرض.

* * *

٢

الهواة النبلاء

تحتفل كل ثورة بجانب تجريدي نبيل. ولا تختلف ثورة الويب 2.0 عن ذلك، إذ إن التجريد النبيل وراء الثورة الرقمية هو الهواة النبلاء. سمعت هذه العبارة لأول مرة في عام ٢٠٠٤، بينما كنت أتناول فطوري مع أحد الأصدقاء من أورلاي، إذ قال لي وهو يرتشف قهوته، " إن هؤلاء النبلاء الهواة سوف يصبغون الديمقراطية على ما أسماه " ديكتاتورية الخبرة" . ولقد كان ظهور ويب 2.0 أكثر النتائج الديمقراطية "المرعبة" الناتجة عن الثورة الرقمية التي ستغير العالم إلى الأبد.

" فبدلا من ديكتاتورية الخبراء سيتوفر لنا ديكتاتورية الحمقى. يبدو تصور الهواة النبلاء الذي يتخيله شبيهاً بأحاديث الثرثرة في وادي سليكون، مجرد هراء متدفق.

ولكن تصور الهواة النبلاء ليس بالأمر الساخر، فإني أعتقد بأنها تكمن في جوهر الثورة الثقافية للويب 2.0 والتي تهدد بهدم تقاليدنا ومؤسساتنا رأساً على عقب. بمعنى أنها تعد بمثابة نسخة رقمية لمفهوم روسو عن البدائية النبيلة والتي تمثل تفوق البراءة على الخبرة وتغلب الرومانسية على صواب حكمة التنوير.

إذن لنبدأ رحلتنا إلى مركز العالم الرقمي من خلال تعريفه. فالمعنى العام لكلمة amateur واضح تماما. فـ amateur هو "الهاوي"، واسع الاطلاع أو العكس هو شخص لا يكتسب عيشه من مجال اهتمامه، فهو رجل عادي يفتقر إلى شهادات ودراسات معتمدة، هاو، غير متخصص. قال جورج برنارد شو ذات مرة : " إن الجحيم يمتلئ بالموسيقيين الهواة" ولكن هذا كان قبل ظهور ويب 2.0 أما اليوم فإن الجحيم الذي تحدث عنه برنارد شو هو اتساع شبكة المعلومات واكتظت بالمترددين والمدونين والمؤلفين للبرامج وملفات الوسائط المتعددة.

وللحصول على تعريف أكثر موضوعية وعملية، يعرف قاموس أكسفورد كلمة هاو " amateur " بالآتي:

١ - هو الشخص المهتم بشيء ما، فهو شخص له ميول نحو شيء ما.

٢ - الهاوي شخص يمارس نشاطًا خاصًّا سواء فن أو لعبة للترفيه فقط، فهو لاعب لا يتقاضى أجراً على اللعب، مؤدٍّ (عكسها: محترف)، وأيضا (قليل القيمة) غير محترف.

وبالطبع، فإن قاموس أكسفورد قد أوجز ما أسماه صديقي أوررالي "ديكتاتورية الخبرة". طبعة جامعة أكسفورد وصدرت مؤخراً طبعة خامسة منه، ويتألف قاموس أكسفورد من مجلدين يحتوي كل مجلد على ٤٠٠ صفحة، حرره فريق مكون من ستة عشر خبيراً في اللغويات بالتنسيق مع باحثين ومستشارين آخرين. إنه الكتاب مثل المسألة

الحسابية البسيطة حاصل جمع ٢ +٢ =٤ .

يُحتفل بمفهوم الهواية فضلاً عن مفهوم الخبرة حاليًا علي شبكة الإنترنت. وفي الوقت الراهن، يحل موقع الويكيبديا وموارد أخرى أسسها مستخدمون محل قاموس أكسفورد والموسوعة البريطانية وهما مصادر ومراجع تُعد محل ثقة طالما اعتمدنا عليهم في الحصول على المعلومات. فقد حل الهاوي محل الخبير كما حل الشخص العادي محل خبير اللغويات وأصبح الإنسان العادى أستاذًا في جامعة هارفارد.

ويصف موقع الويكيبديا نفسه بأنه "الموسوعة الحرة التي يستطيع أي شخص تحريرها." ويدعي الموقع أنه قائم علي المبادئ الديمقراطية حيث يعتبر أن محرريه المجهولين البالغ عددهم ٢٠٠ ألف محرر متطوعون دون أجر، بخلاف قاموس أكسفورد الذي صاغه فريق من الأساتذة المتخصصين بعناية وعالجه بدقة فريق من الخبراء المحترفين المنتقين. أما موقع الويكيبديا، كما شرحت من قبل، فإنه يسمح لأي شخص بإضافة مداخل على موقعه أو يحررها.

فما عيب "الديمقراطية" ؟ أليست الديمقراطية هي أن لكل إنسان صوتًا يعبر عن رأيه ؟ أليس هذا ما يجعل أمريكا دولة شديدة الجاذبية؟ (فرغم أني لم أولد في الولايات المتحدة فأنا أعيش هنا منذ الثمانينيات، وزوجتي من ولاية الاباما، وقد نشأت عائلتي في ولاية كاليفورنيا. فأنا نموذج تقليدي لتاجر مهاجر جاء إلى أمريكا سعيًا وراء مزيد من الحرية الاقتصادية والثقافية).

ويعد هذا صحيحًا فيما يتعلق بالانتخابات، لا سيما أن الثقافة

الديمقراطية تفضي بالكاد إلى سعة المعرفة أو لابتداع الحكمة. فالحقيقة أننا نعيش في مجتمع متخصص إلى حد بعيد، حيث يكافأ التميز ويقضي المتخصصون أعوامًا من التدريب للقيام بأعمالهم بشكل مناسب، سواء كانوا أطباء أو صحفيين أو علماء بيئة، أو حتى كانوا مصممي أزياء. وفي كتاب "ثروة الأمم"، يذكرنا الاقتصادي "آدم سميث" بأن التخصص وتقسيم العمل، أفضل إنجازات الرأسمالية الثورية:

"يبدو أفضل تقدم في قوى العمل المنتجة وأفضل جزء في المهارة والبراعة والحكم الذي تتجه به أو تطبق هي آثار العمل" .

وفي القرن الحادي والعشرين، لم يشر تقسيم القوى العاملة إلى انهيار الوظائف في المصانع وخطوط التجميع فحسب، بل يشمل عمل من اختار تجارة أو مجالاً أو حصل على تعليم أو تدريب أو اكتسب خبرة أو طور قدراته في إطار الجدارة والأهلية المعقدة؛ فقد كان هدفهم واحداً وهو اكتساب الخبرة.

ففي جزء من الكتاب الشهير " الأيدلوجية الألمانية"، حاول كارل ماركس أن يضلل القارئ بعالم ما بعد الرأسمالية، حيث يستطيع أي شخص "اقتناص الحيوانات في الصباح وصيد الأسماك في الظهيرة وتوجيه النقد بعد العشاء." ولكن إذا أصبحنا جميعا صيادين ورعاة قطعان ماشية ونقاداً، فهل يستطيع إنسان أن يتفوق في شيء ، سواء في صيد الحيوانات أو السمك أو رعاية القطعان، أو النقد؟ في عالم نبدو

فيه أننا جميعاً هواة، بدون خبراء.

فعلى الشبكة 2.0 يشعر المرء أنه مثالي. فكلمة "هاو" على موقع الويكيبديا عدلها محررون آخرون أكثر من خمسين مرة، منذ شهر يونيو عام ٢٠٠١، وتم تعريفها إلى كلمة " باحث" و "خبير".

"وفي مجالات برمجة الكمبيوتر والمصادر المفتوحة بالإضافة إلى مجالات علم الفضاء وعلم الطيور، يساهم العديد من الهواة مساهمة مفيدة توازي مساهمات المتخصصين وربما تتفوق عليها. بالنسبة إلى العديد من الناس، يفقد وصف كلمة "هاو" معناه السلبي بل يحمل وساما من الشرف".

في حين أن موقع الويكيبديا لا يستخدم كلمة "نبيل"، لا تحتاج أن تكون عالما لتقرأ ما بين السطور. فيقوم محررو موقع الويكيبديا بكل فخر واعتزاز بوضع وسام الهواة. المشكلة كما ذكرها مارشال بو Poe في حوار أخير:

" إن الهاوي ليس لديه معرفة خبير، بل معرفة عامة، فعندما تذهب إلى "مفاعل نووي" في موقع الويكيبديا فلن تحصل إلا على معلومات بسيطة يعرفها العوام عن المفاعلات النووية وما يعتقده الناس أنهم يفهمونه. (إن الوكيبديا) دائماً تجعل الناس تتخلص مما تعتقده وتجعلهم يحسنون الظن، إن كانت الموسوعة لا تفسر ما تقول، فيقول: لماذا لا أستطيع أنا.. الاعتماد عليها؟ ولا تستطيع أن تعتمد عليها هكذا"[١].

لقد سعد محررو موقع ويكيبديا وفرحوا فرحًا شديداً بعمومية معلوماتهم، ولكن على حد القول المأثور، القليل من العلم مهلك. لأن المعرفة على موقع وكيبديا مشوشة وغير دقيقة.

في عدد يوليو ٢٠٠٦ من مجلة ذي نيويوركر، كتب ستاسي شيف: " إن الويكيبديا قد تكون أكثر الكلمات طموحًا في الصحافة التافهة." (٢) إلا أنها صحافة تتميز بنوع غريب من التفاهة ترتقي بالهاوي إلى مرتبة خبير بارز والتي يفوق أكثر الخبراء علماً وخبرة وراتبا الذين يتعيشون من أعمالهم وخبرتهم وعلمهم. ويدعي موقع ويكيبديا أنه صاحب أكبر موقع للمعرفة، ورغم ذلك إن المتصفحين للوكيبديا يسعدون بافتقارها للمستندات العملية الصحيحة.

ولكن تفاهة البريء قد يؤكد عليها مؤسس الموقع جيمي ويلز الذي يعلق على هوية محرري موقع وكيبديا قائلاً: "يعد الأمر الرئيسي بالنسبة إليّ النجاح ولا أهتم ما إذا كانوا صبيانًا في مدارس ثانوية أم أساتذة كبار في جامعة هارفارد." وفي حقيقة الأمر، اكتشفت مجلة ذي نيويوركر في مارس عام ٢٠٠٧، أن "Ess jay" وهو مساهم نشط في موقع وكيبديا، أجريت معه مقابلة بشأن مقال نشره مؤخرا ستاكي شيف الذي حرر آلاف المقالات باسم مستعار، وخلصت إلى نتيجة بأن "إيس جاي" لم يكن أستاذا في اللاهوت وحاصل على أربع درجات علمية، كما هو مذكور في سيرته الذاتية، ولكنه في الحقيقة شاب عمره ٢٤ عاما تخرج في كنتاكي باسم رايان جوردن، تخرج بدون الحصول على درجة علمية أو شهادات علمية. والأسوأ من ذلك عندما

واجه حيلة ارتكبها أحد المساهمين الكبار ("لم يكن "Essjay" محرر مقالات متكرراً فحسب وإنما كان يتمتع بمزايا إدارية على موقع ويكيبديا، وتم منحه وظيفة في شركة ويكيبيا الربحية وقد وجد ويلز نفسه مؤسسا فيها)؛ كان ويلز أقل تبريرا. وقال لمحرر مجلة ذي نيويوركر: "إن الاسم المستعار لا يمثل لي أي مشكلة."

أخبر ويلز شيف الذي يعمل في مجلة ذي نيويوركر: "إنني من الشباب المثقف." ولكن هذا هو عكس الحقيقة حيث إنه عكس المثقف فهو الرومانسي واسع العينين يغررنا بتصور الهواة النبلاء. إذن فمن هو "جيمي ويلز"؟ شاب تلقى تعليمه في مدرسة مكونة من فصل واحد في ولاية ألاباما، وكانت بداية معرفته بالإنترنت في صباه كان يلعب بألعاب " "دان جوين" متعددة اللاعبين مثل زورك وميست وصولجان القوط ثم التحق في جامعة ألاباما، وهناك تحولت أفكاره بسبب مذهب حرية الإرادة التى ناصره فيها أيان راند، وقد تصدت تلك الفلسفة التي تهدف إلى معرفة الذات للتقاليد والسلطة القائمة. وفي اقتصاد الإنترنت الذي يتسم بالأسلوب الغربي في منتصف التسعينيات، ساهم ويلز في تأسيس دليل يدعى بوميس. وفر بوميس الذي وصفته مجلة ذي أتلانتك باسم " بلاي بوى الإنترنت" تكنولوجيا النظراء لربط بعض المواقع الخاصة بالممثلة " باميلا أندرسون" و"آنا كورينكوفا". يشكل إجمال ما تعلمه ويلز من ألعاب الفيديو حينما كان مراهقا وما تعلمه من تجربته في "بوميس" قوة الشبكة، قيمة ما أصبح معروفًا باسم

التكنولوجيا "الموزعة". كما وظف لاري سانجر في يناير عام ٢٠٠٠، وهو طالب دكتوراه في الفلسفة بتخصص تعليمات بناء مشروع موسوعة مفتوحة المصادر. وتطور هذا المشروع إلى Nupedia عني موسوعة مجانية تتكون من مقالات راجعها خبراء وطلاب. وعلى الرغم من تولي العديد من الخبراء موقع نوبيديا، إلا أن مستخدمي موقع يوتوبيا الرقمي رفضوه بسبب عدم تماشي معايير التحرير المقيدة مع مبادئهم "الديمقراطية". أضاف ويلز وسانجر تكنولوجيا ويكي التي تسمح لأي شخص إضافة أي محتوي إلي موقع الويب المشاع دون موافقة الهيئة المركزية [١]. تحول الغرور وراء التجربة إلى فكرة تجميع مجموعة من المتحمسين المتطوعين المجهولين معلوماتهم في إجمالي الحكمة البشرية.

نتيجة لأيدلوجية تجربة ويكيبديا الجماعية، أصبحت قيمة طالب في مدرسة ثانوية تساوي قيمة طالب في رابطة أيفي أو متخصص مدرب ويعتقد ويلز الذي أثنت عليه قائمة أفضل ١٠٠ شخص شكلوا عالمنا التي نشرتها مجلة تايم في عام ٢٠٠٦ "بطل مساواة الإنترنت" أن الخبير يولد ولا يربى وأن الموهبة توجد في أبعد الأماكن عن مجال توقعنا. بإمكاننا تعقب الإدراك الغيبي حتى جذور حرية الإرادة الخاصة به. ليس لسمعتنا أو مؤهلاتنا أي قيمة جوهرية بالنسبة إلى ويلز. في عالم ويلز المثالي ينبغي أن تتساوى أصوات الجميع بغض النظر عن ألقابهم ومعرفتهم وإنجازاتهم الفكرية أو المثقفة.

افتتح جيمي ويلز ولاري سانجر ويكيبديا في يناير ٢٠٠١، كتب لاري سانجر لجميع أصدقاءه "سايروني، اذهبوا واكتبوا مقالاً صغيراً. لن يكلفكم الأمر أكثر من خمس أو عشر دقائق". حسناً لقد ساير ملايين من زوار ويكيبديا الهواة سانجر وويلز أكثر مما تخيلوا. ولكن في عرف الهواة، يضطهد من لديه أقل قدر من المعرفة الذين لديهم أكثر قدر من المعرفة.

تصادم د. ويليام كونيللي الذي يعمل مخطط طقس في المسح القطبي البريطاني في جامعة كامبريدج وخبير احتباس حراري ولديه العديد من المنشورات المتخصصة مع محرر ويكيبديا شرس بشأن مدخل الاحتباس الحراري في الموقع حين تم اتهامه "بفرض وجهة نظره بحذف أي وجهة نظر لا تتماشى مع وجهة نظرة" بعد محاولته تصحيح أخطاء لاحظها في المدخل.

أجبرت ويكيبديا كونيللي الذي لم يفرض وجهة نظره لأي سبب سوى دقة الحقائق على وعد شرف تحريرية وحددت له مدخلاً واحداً يوميا. وعندما طعن كونيللي في القضية لم تقم لجنة تحكيم ويكيبديا أي وزن لخبرته وعاملت كونيللي الذي يعتبر خبيراً دوليًا في الاحتباس الحراري بنفس الاحترام ومستوى المصداقية اللذين يتمتع بهما غريمه المجهول الذي قد يكون بطريق مأجور لايكسون موبيل.

تعتبر عواقب فصل الخبراء المعتمدين التقليدين من مواقع مثل وكيبديا باردة ومنافية للعقل. هل يعتبر الإخصائي الاجتماعي في دي

موين جديراً بالثقة في مناقشة بشأن نظرية الأوتار مع فيزيائي مدرب؟ وهل يتوفر لميكانيكي سيارات وجهات نظر تعادل عالم جينات مدرب عن طبيعة الأمراض الوراثية؟ وهل نثق في معرفة أصولي متدين المزيد من أصول الجنس البشري عن دكتور في علم أحياء النشوء؟

للأسف تساعد ثورة ويب 2.0 على تشكيل مثل هذه السخافات. بتمكين الهواة، إضعاف سلطة الخبراء الذين ساهموا في الموارد التقليدية مثل الموسوعة البريطانية وهم خبراء مثل ألبرت اينشتاين وماري كوري وجورج برنارد شو. أو مثقفين أو خبراء لهم قدرة فى الحكم على حكمة الناس ، والأفكار السائدة- ويقدمون لنا معرفتهم التى اكتسبوها بشق الأنفس.

أثناء إضعاف الخبراء، تهدد كلية وجود المحتوى الحر الذي أنتجه مستخدمون اساس مؤسساتنا المتخصصة. يقع موقع ويكيبديا جيمي ويلز ومحرروه الهواة الذين يبلغ عددهم ملايين ومحتواه غير الجدير بالثقة في المرتبة السابعة عشر من حيث الزيارة؛ بينما تحتل الموسوعة البريطانية (بريتانيكا دوت كوم و ١٠٠ من الحائزين على جائزة نوبل الخاصين بها ومساهميها الخبراء اللذين يبلغ عددهم ٤ آلاف مساهم المرتبة رقم ٥,١٢٨ .

تعتبر محاربة ما هو مجاني صعبة إن لم تكن مستحيلة. توظف شركة بريتانيكا الحالية، على سبيل المثال، ما يزيد على مائة محرر متخصص وفاحصي حقائق وتدفع مرتبات لمساهميها الذين يبلغ

عددهم ٤٠٠٠ مساهم. وفي المقابل، لا تدفع ويكبيديا مقابل المحتوى ولا توظف سوى عدد قليل من الموظفين مقابل راتب. مرت بريتانيكا التي تبلغ من العمر ٢٣٢ عاماً بعدد من فترات تسريح موظفين مؤلمة في عامي ٢٠٠١ و ٢٠٠٢ واستغنت عن نصف موظفيها في الولايات المتحدة البالغ عددهم ٣٠٠ موظف؛ وبسبب حلول ويكبيديا، لا شك في وجود المزيد من التسريح.

إذن ماذا نحصل من هاوٍ متبرع؟ إننا نحصل على قيمة ما ندفعه. نحصل على ما أسماه المفكر والكاتب العظيم لويس مامفورد "حالة من الوهن والنضوب الفكري لا تفرق كثيرا عن الجهل المستفحل." من الضروري أن يساعدنا المحررون والفنيون والبوابون الثقافيون وهم خبراء من كل المجالات في تمحيص ما هو مهم وما هو جدير بالثقة وما يستحق قضاء وقتنا أمام الضوضاء البيضاء وما نستطيع تجاهله دون خسارة. بينما يعتبر المتخصصون مثل المحررين والعلماء والناشرين ضحايا الإنترنت الذي يقلل من قيمتهم ويسلبهم وظائفهم فإننا نعتبر ضحايا أكثر ضرراً قراء ويكبيديا ومدونات المحتوى "الحر" الذي يصر على الحصول على اهتمامنا. وعندما تنتشر معلومات خاطئة نعاني نحن من العواقب .وللأسف هذا ما استطاع دكتور وليام كونللى أن يميز بين هذيان الهواة وحكمة العقلاء التى لا يستطيع أن يميزها المستخدم العادى للإنترنت.

ولكن عندما يخلق المعلومة هواة، نادراً ما تعتبر موثوقًا بها. والسخرية في الأمر أن الإعلام الديمقراطي يدفعنا جميعًا لنصبح نقاداً ومحررين هواة. في وجود المزيد والمزيد من المعلومات غير المحررة وغير المحققة وغير المثبتة، ليس لدينا خيار غير قراءة كل شيء بعين فاحصة. (لذا منعت كلية ميدلبوري قسم التاريخ طلابها في فبراير ٢٠٠٧ من الاقتباس من ويكبيديا كمصدر لأبحاثهم). لا تعتبر المعلومات المجانية مجانية في حقيقة الأمر حيث ندفع في النهاية بطريقة أو بأخرى بأكثر مواردنا قيمة وهو وقتنا.

المواطنون الصحفيون

تختلف ويكبيديا في احتفال الهواة. يحمل "الصحفيون المدنيون" أيضا مثل النقاد والمراسلين والكتاب والمعلقين والنقاد الهواة في نطاق المدونات لافتة الهواة النبلاء على موقع ويكبيديا 0.2 تعتبر الصحافة الشعبية تأنق لفظي لما قد تدعوه "صحافة غير الصحفيين" أو كما وصفهم نيكولاس ليمان عميد كلية الصحافة في جامعة كولومبيا في ذي نيويوركر: أناس غير موظفين في مؤسسة إخبارية ولكن يؤدون عملاً مشابهًا. يكتسب الصحفيون المتخصصون مهارتهم من التعليم وخبرة نقل الخبر وتحريره المباشرة تحت مراقبة حريصة من متخصصين آخرين. وفي المقابل ليس لدى الصحفيين الشعبيين أي تدريب أو خبرة رسمية ولكن يعرضون أفكارهم كحقائق وإشاعتهم كتحقيق صحفي

وتلميحاتهم كمعلومات. في نطاق المدونات، يعتبر نشر "صحافة" كل شخص لنفسه مجانيًا وهينًا ولا تثقله القيود الأخلاقية أو مجالس التحرير المزعجة.

إن مجرد ملكية كومبيوتر ووصلة إنترنت لا تحول المرء إلى صحفي جاد، تماما مثل أن أجهزة المطبخ وأدواته لا تجعل المرء طاهيًا محترفًا. غير أن الملايين من الصحفيين الهواة يعتقدون إمكانية تحقيق ذلك. وطبقا لدراسة أجراها مشروع بيو حول الإنترنت والحياة الأمريكية في يونيو ٢٠٠٦، يعتبر ٣٤٪ من المدونين الأمريكيين البالغ عددهم ١٢ مليون مدون "عملهم" أحد أشكال الصحافة.(٧) بالإضافة إلى ملايين "الصحفيين" غير الدارسين و المدربين أوالمتطوعين أو غير المعروفين – تضاعفت الأعداد بالآلاف بين عامى ١٩٩٦ و٢٠٠٦؛ يفيضون بمعلوماتهم الخاطئة في عالم الإنترنت.

يتمنى الصحفيون الهواة محاكاة مات درادجز أي جيش فضفاض من الكتاب ذاتيي المرجع ومجهولين ليس لنقل الأخبار وإنما لنشر النميمة وإثارة الفضائح السياسية ونشر صور الشخصيات العامة المحرجة وربط القصص بالموضوعات الخيالية مثل رؤية المخلوقات الفضائية ونظريات مؤامرة الحادي عشر من سبتمبر. يعتبر درادجز الذي كتب ذات مرة أن النت قدم الكثير لهواة الكومبيوتر فقد قدم خبرة وصوتًا أعلى وأعمق مثل حكمة وعلم مدير تنفيذى أو خطيب مفوه فى البرلمان، لقد أصبحنا جميعًا سواسية (٨).

إن الشاب فى حركة الصحفيين المواطنين يعلن عن هوايته وكأنه فارس بارع فى المبارزه.

يمرح الملايين الأربعة الذين يتمنون محاكاة درادجز في هوايتهم باستقامة المحاربين المتدينين كما يتباهون بنقصان التدريب والمؤهلات الرسمية دليلا على ندائهم وعاطفتهم وملاحقتهم وراء الحقيقة وادعائهم أن وضعهم الهاوي يمنحهم صورة عن العالم أقل حيادية وأقل صفاء من التي نحصل عليها من الأخبار التقليدية. والحقيقة ليست كذلك. في عام ٢٠٠٥ في أعقاب إعصار كاترينا، على سبيل المثال، جاءت تقارير الأضرار المبدئية من صحفيين مدنيين أي شهود عيان يدونون عن الفوضى ويصورون الخراب بكاميرات هواتفهم المحمولة. ولكن اتضح أن هذه التقارير المبدئية ساعدت على نشر شائعات لا أساس لها من الصحة مثل تضخيم عدد الوفيات وتقارير غير صحيحة عن اغتصاب وعنف عصابات في سوبردوم التي افتضح زيفها فيما بعد إعلام الأخبار التقليدي. جاءت أكثر التقارير صحة وموضوعية من مراسلي الأخبار المتخصصين الذين جلبوا صورا عالية الجودة عن الكارثة ومعلومات من شخصيات مهمة مثل شرطة نيو أورليانز وعمال الإغاثة وفيلق المهندسين الأمريكيين بالإضافة إلى تقارير مباشرة من المواطنين والضحايا أنفسهم.

لا تتوفر الموارد للصحفيين المدنيين لجمع أخبار موثوق منها فهم لا يفتقدون الخبرة والتدريب فحسب وإنما الاتصالات والوصول

للمعلومات. يستطيع أحد رؤساء مجالس الإدارة أو إحدى الشخصيات السياسية إعاقة المواطن العادي ولكن لن يتسم بالغباء ليرفض مكالمة من مراسل أو محرر في جريدة وول ستريت جورنال يبحث عن تعليق على نبأ عاجل.

يناقش أحد رواد الصحافة الشعبية دان جيلمور كاتب حملة نحن والإعلام: صحافة الجذور من الناس ومن أجل الناس أن الخبر ينبغي أن يكون محادثة بين مواطنين عاديين أكثر من محاضرة نتوقع قبولها كحقيقة. ولكن مسئولية الصحفي إخبارنا وليس التحدث معنا.

إذا أردت التحدث مع أحد الصحفيين، قدم له دعوة على بعض المشروبات في إحدى البارات المحلية؛ هذا ما فعلته في خريف ٢٠٠٦، عندما قضيت عدة أمسيات مع آل سارايفيك، نائب تحرير أعمال سان فرانسيسكو كرونيكل.

وفي منتصف إحدى الأمسيات، أثرت موضوع صحافة الهواة. وسألته: "ما الفرق بين المدونين والصحفيين المتخصصين؟"

وتوقعت أن يركز آل سارايفيك على جودة المنتج النهائي، كما توقعت أن يخبرني أن مراسلة الهواة عن الأحداث مثل تفجيرات لندن أو أورليانز بعد كاترينا لم تكن تطابق معايير الصحافة الحقيقية بسبب عدم فحص محررين أذكياء ولم توثقها مصادر متعددة. ولكني مخطئ؛ بينما يوافق آل سارايفيك مع ما سبق كان لديه شيء آخر.

أخبرني: "في أمريكا لا يسجن المدونون بسبب عملهم، هذا الفرق

بين المتخصصين والهواة" .

كان آل سارايفيك يشير إلى لانس ويليامز ومارك فاينارو وادا زملائه في جريدة كرونيكل، وهم فريق مكون من شخصين من مراسلى بسبول صدرت ضدهما أحكام مدتها ١٨ شهراً لرفضهما الشهادة بشأن هوية الشخص الذي سرب لهم شهادة المحلفين السرية من باري بوندز .

من وجهة نظر آل سارايفيك، تعتبر المدونات استعراضًا، حيث يوجد زوار المدونة دون أي صلة حقيقية، ولعبة بوكر بفيش مزيفة . نادراً ما تتم مقاضاة المدونين أو ملاحقتهم قضائيًّا بسبب عدم اهتمام الحكومة والشركات بما يكتبون .ونتيجة لذلك، لا يعتبرون مسئولين عن عملهم بنفس طريقة المراسلين الحقيقيين .

وفي المقابل، يختلف الحال مع الصحافة المتخصصة حيث تقاضي الشركات الصحف ويسجن المراسلون كما تعتبر الصحافة المتخصصة سلوكًا جادًّا . كما إنها تشكل فارقًا مع الصحفيين والشركات والحكومة والأهم مع جميعنا . تقتصر المؤسسات والدعم المالي ومصداقية الحصول على المصادر ونقل الحقيقة على صحفيي التيار السائد وصحفه . أرسل آل سارايفيك لي بريداً إلكترونيًّا فيما بعد كتب فيه :

"يبدو أن قانون الادعاء في إجازة ومن ثم يستطيع الصحفيون الشعبيون محاصرتنا بينما يتخلصون من إعلام التيار السائد "لعدم إخبار السلطة بالحقيقة" . يتطلب إخبار السلطة بالحقيقة دفع الكثير من المال للمحامين والمزيد من المحامين . حدث ولا حرج عن إعلام التيار

السائد، تلتزم الشركات الكبرى بصحافة تحقيقات حقيقية ومؤسسات كبرى أملاً في البقاء.

قارن هذه المحادثة بمحادثة أجريتها منذ شهور قليلة مع دان جيلمور بطل الصحافة الشعبية. سألت جيلمور عما توفره الصحافة الشعبية ولا نستطيع الحصول عليه من إعلام التيار السائد.

عكست إجابة جيلمور امتصاص الصحفي الهاوي النموذجي الذاتي، وأخبرني أن قيمة الصحفي الشعبي هي قدرته على مناقشة أسواق البيئة الملائمة وإلا تجاهله إعلام التيار السائد.

وعندما سألته عن مثال أجابني: السيارات المهجنة. بالنسبة إليه تعتبر دليل قيمة الصحفي الشعبي في مدونات الأخبار بشأن تويوتا بريوس. وتضمن اتركوا الحروب للمراسلين الحقيقيين. وأن مسئولية الهواة في مراسلة أحدث إفادة بالرأي عن بريوس. وسألته هل تعتبر المراسلة بشأن سيارتك المفضلة صحافة حقيقية؟ وكان رده بالإيجاب؛ طبقًا لجيلمور:

هل هذه صحافة؟ قد أرد بنعم؛ وهي محادثة بالطبع؛ إلا أنها جمع ما يعلمه الناس وعندما أي شخص شئ غير صحيح يهرع الناس ليقولوا إن هذا خطأ [٩].

بمعنى آخر يسجن الصحفيون المتخصصون بسبب نشر الحقيقة بينما يتحدث الهواة مع بعضهم عن سياراتهم.

من سوء الحظ فإن الإنترنت منتفخ بمقالات الصحفيين الهواه – وبالرغم من أن حجم قراءتهم مع أفضل المدونين لا يتجاوز مستوى تعليم وتدريب الصحفي الرسمي.

لا يعد عدم تدريب هؤلاء المدونين البارزين على نحو متخصص في جمع الأخبار أمرًا مفاجئًا. وفي النهاية، من يحتاج شهادة في الصحافة لتولي رابطة كبرى على أحد مواقع الويب؟ على سبيل المثال، اتجه ماركوس مولتساس زونجيا مؤسس ديلي كوز وهو موقع ذو ميول يسارية إلى التدوين السياسي عبر صناعة التكنولوجيا والقوات المسلحة، وكان جلين رينولدز الذي يميل نحو اليمين أستاذ قانون ومنتجًا موسيقيًا هاويًا قبل توجهه إلى مسلسله الرقمي. كان درادج طالبًا عاديًا جاء إلى عالم الإعلام عبر وظيفة إدارة محل هدايا ستوديو سي بي إس. يعامل هؤلاء الهواة التدوين مثل النداء الأخلاقي أكثر من مهنة تضبطها معايير معترف بها، بعدم تدريبهم ومستوياتهم وأخلاقهم، فهم يرون أنفسهم أنهم شهداء عمالقة الإعلام لا علاقة لهم بصناعة الأخبار.

في ثورة الإنترنت الأولى، تحددت قيمة موقع الويب بعدد زواره؛ أما في عهد ويب ٢,٠، تحددت القيمة بتراكم أصوات الهواة. ففي أغسطس ٢٠٠٦، تحدثت مع أحد مدراء فرقة إعلام رقمي تدعى أريانا هافينجتون (يعتبر موقع هافينجتون أحد أشد المدونات ازدحامًا على الإنترنت) التي تفاخرت على بالأساليب التي تخطط بها مدونتها لجمع أصوات غير مسموعة تقليديًا في إعلام التيار السائد. بينما تكافح

صحف مثل لوس أنجلوس تايمز وواشنطن بوست للحصول على صوت واحد موثوق به من خلال صحافة الخبراء التي يقدمونها، تدعي هافينجتون أن موقعها يتميز عن الإعلام التقليدي بسبب غنى نسيج وجهات نظر الهواة. تكمن المشكلة في تحويل الموسيقى إلى ضوضاء حيث تشوه هذه الأصوات الأخبار (بينما يطبع هذا الكتاب، تخطط هافينجتون لإضافة تقاريرها الأصلية على مدونتها).

يشير ليمان ذي نيويورك أن "المجتمعات تخلق هياكل سلطة لإنتاج المعرفة والمعلومات و ونشرها"(١٠) لماذا؟ لنعرف أننا نثق بما نقرأه. عندما ينشر مقال تحت لافتة صحيفة محترمة، نعلم أن فريقًا من المحررين الناضجين الذي قضي سنوات من التدريب قد فكر فيها مليًّا وأن أحد المراسلين المؤهلين قد تعهدها وبحثها وفحصها وحررها وأن منظمة أخبار موثوق بها تدعمها تثبت صحتها ودقتها. إذا تخلصنا من هذه المصافي واجهتنا مهمة تمحيص بحر هائل من تأمل الهواة المشوش وتقييمه. أجادت المدونات على اليمين واليسار فن التطرف السياسي. على عكس الصحف والمجلات التي تم تحريرها تحريراً متخصصاً حيث يتقيد موقف الصحيفة السياسية في الصفحة الافتتاحية، تصدر أغلبية المدونات بيانات جذرية وجارفة دون دليل أو برهان. أكثر المدونات شعبية هي التي تقدم نظريات المؤامرة المغرية والتفاهات الإثارية المضادة للمؤسسات التي يتوق إليها القراء. كما يلاحظ ليمان "تعمل المدونات الطموحة في مجموعها كشكل كراريسي إسنادي كثيف سريع الحركة وهو منتدى

مفتوح لكل الأفكار الممكن تصورها التي لا تستطيع تلمس طريقها إلى الإعلام الكبير أو ببساطة نصيب الفرد في الحياة".

يعتبر عيب هذه "الديمقراطية" التي يصفها روبرت صامولسن من صحيفة واشنطن بوست بأنها "أعظم انفجار إباحية جماهيرية في تاريخ البشر" هو نزاهة سلوكنا السياسي. تحقر صحافة الهواة المناقشات الجادة وتفسدها. كما يعتبر أسوأ كوابيس النظريات السياسية على مدى العصور من بلوتو وأرسطو حتى إدموند بورك وحنا أرندت وهي انحلال الديمقراطية في حكم الغوغاء ومطحنة الشائعات.

في ١٩٦١ كتب آرثر ميلر الحائز على جائزة بوليتزر أن "الصحافة الجيدة أمة تتحدث إلى نفسها." وبعد مرور خمسين عامًا، تحولت هذه المحادثة تحولاً مزعجًا في أمة تخسر فيها الصحف المتخصصة قراءها إلى تيار لا نهائي من المدونات والمواقع التي تعتمد على وجهات النظر. بدلا من بداية محادثتنا عن السياسة والاقتصاد والعلاقات الخارجية من منظور جوهري شائع، يفضل المدونون الهواة المواضيع التافهة مثل أصناف حبوب الإفطار المفضلة أو ماركة سيارات أو إحدى الشخصيات التلفزيونية الحقيقية.

ما قد يراه ميلر اليوم في عالم ويب 2.0 هو أمة واسعة النطاق رقميًا ولم تعد قادرة على الجدال الجوهري. عوضًا عن ذلك نستخدم الويب لتأكيد أفكارنا الموالية والارتباط بالآخرين بنفس الأيدلوجيات. يشكل المدونون حاليًا مجتمعات متكتلة من الصحفيين الهواة متشابهي الأفكار

على مواقع الويب مثل تاون هول دوت كوم أو هوت سوب دوت كوم أو باجامس ميديا دوت كوم، حيث تحتشد جماعات تهنئ أنفسها. إنها بدائل رقية لمجتمعات تتميز ببوابات أون لاين حيث تتطابق وجهات نظر الناس وتنعكس محادثات مطمئنة عائليًّا كاملة وهو ما يعد شكلاً خطيراً من النرجسية الرقمية حيث المحادثة الوحيدة التي نود الاستماع إليها هي محادثتنا مع أنفسنا أو مع من يشبهنا.

تحدث جورجن هابرماس أحد أكثر مفكري أوربا تأثيراً مؤخراً عن الخطر الذي يفرضه ويب 2.0 على الحياة الفكرية في الغرب.

"إن الثمن الذي ندفعه مقابل نمو المساواتية الذي يقدمه الإنترنت هو الوصول غير المركزي لقصص غير محررة. في هذا الإعلام، تخسر مساهمات المفكرين قوتها في جذب الانتباه"(١١).

في هذه البيئة المتساوية، قد يعتبر أي مفكر مثل جورج برنارد شو أو رالف والدو إمرسون أو هابرماس نفسه مجرد صوت آخر حاد النغمة في تنافر النغمات.

لا نستطيع نشر صحافتنا الخاصة فحسب أو بالأحرى معاييرنا الدونية بل نستطيع نشر أعمالنا الأدبية (استخدم كلمة "أدبي" استخداما متحررا). اليوم حولت خدمات الطباعة حسب الطلب الرقمية روايات الهواة إلى جوتنبرج حيث مكنت أي شخص من طباعة أي شيء مقابل أتعاب بغض النظر عن الجودة. تبيع بلير دوت كوم، على سبيل المثال،

تكنولوجيا ذاتية النشر تمكن الكتاب والمصورين والمدونين غير الناشرين من تحويل مدوناتهم إلى كتب مادية. كل ما عليك القيام به، مع لولو وهي إحدى خدمات النشر حسب الطلب الأخرى، هو تحويل ملفاتك من كومبيوترك إلى كومبيوتر آخر واختيار حاشية وغلاف ثم يظهر لك كتاب منشور ظهوراً سحرياً.

تعتبر بليرب ولولو نسخ أرخص وأسهل المنال من صحف الإثارة حيث يشتري غير الموهوبين مظهر نشر خادع. بداية من هذا التاريخ، لم يكن للولو سوى قليل الأثر على دور نشر الكتب المتخصصة. ولكن من يستفيد من هذه المواقع؟ مع نشر ٤٠ ألف كتاب سنوياً عن طريق دور النشر وهو رقم يقر معظم الناشرين بأنه كبير، هل نحتاج حقاً غربلة جهود مئات الآلاف من الروائيين والمؤرخين وكتاب السيرة الذاتية غير الناشرين أو ذاتيي النشر المحرجة؟ طبقا لجون ساذرلاند رئيس لجنة جائزة مان بوكر "تستغرق قراءة كل النسخ المتاحة حوالي حياة ١٦٣ شخصاً بضغطة واحدة على الفأرة من أمازون دوت كوم." وهي روايات منشورة ومحررة ومختارة على نحو متخصص. هل نحتاج حقاً خوض غمار أمواج عمل المؤلفين الهواة العاتية وهم مؤلفون لم يتم اختيارهم للنشر اختياراً متخصصاً؟

المكتبة السائلة

لا يريد كيفين كيلي الذي يرنو إلى المثالية التي لا يمكن تطبيقها في

عالم تكنولوجيا الاتصالات أن يقضي على الكتاب المقروء تمامًا بمفهومه الحالي، وكذلك على حقوق الملكية الفكرية الخاصة بالكُتّاب والناشرين فحسب، بل إنه ليريد أن يعيد تعريف مفهوم الكتاب وإنه ليريد أيضًا أن يحيل الكتب كافة إلى نصوص رقمية تشعبية مفتوحة المصدر في إطار موحد عالمي يعرض مجانًا عبر الإنترنت، كأنها موسوعة ثقافية رقمية ضخمة. ويصف كيفين هذا الأمر، في بيان رسمي صدر عن مجلة نيويورك تايمز في شهر مايو من عام ٢٠٠٦، بأنه يُعد "نسخة سائلة" من الكتاب المقروء في شكل مكتبة عالمية جامعة حيث "تتصل الكتب بعضها ببعض وتترابط، وتُصنف إلى مجموعات، ويُستشهد بها، ويُقتبس منها، وتُفهرس، وتُحلل، ويُدرج بها الحواشي، ويُعاد مزج عناصرها، وتُعاد صياغتها، وتزداد عمقًا في النسيج الثقافي كما لم يحدث من قبل". ولا يأبه كيفين بمن يساهم في هذا النص التَّشَعُّبي الذي قد يبدو مثاليًا إلا أنه لا يمكن تطبيقه، فقد يكون المساهم هو الروائي العظيم دوستوفسكي أو قد يكون قزمًا من الأقزام السبعة في حكايات سندريلا.

ويقول كيفين: " ما إن يتم تحويل الكتاب إلى الشكل الرقمي، يمكن أن تُبسط وتُختصر إلى صفحات معدودة أو قد ينالها مزيداً من الاختزال لتصل إلى قُصاصات سوف يُعاد مزجها وتنظيمها في نصوص ومكتبات رقمية". وهكذا يعادل هذا الأمر فصل صفحات كتب العالم أجمع عن بعضها البعض ثم تقطع كل صفحة إلى سطور، ثم يتم إعادة جمعهم ولصقهم في منظومة لا نهائية. ويرى كيفين أن هذا الأمر سوف ينتج

عنه "شبكة من الأسماء ومجتمع من الأفكار". أما ما أراه أن هذا الأمر يتنبأ بأن تلقى الثقافة حتفها.

وسوف يجد كل من يحمل في قلبه تقديراً جديراً بأن يُذكر لقدسيته الكتاب ويحترم كد وتعب الكتّاب أن ما يعنيه كيفين ليس إلا أمراً مفجعًا. وهكذا؛ فهل ستحتفظ رواية الجريمة والعقاب بمقوماتها وشكلها إذا ما حذفنا المشهد الذي يقتل فيه راسكولنيكوف الرجل الذي يقرض المال لقاء رهن؟ وأيضًا أينبغي عليّ أن أتلاعب وأخلط أحداث رواية (Moby-Dick) فأجعل الربان "أهاب" يرى الحوت في بداية رحلته البحرية؟ وهل سيبقى كتاب الفيلسوف اليوناني أفلاطون "الجمهورية" الكتاب ذاته إذا ما تضمن فصلاً من أعمال الفيلسوف السياسي جون لوك وفقرة من أعمال الفيلسوف والعالم الألماني إمانويل كانت؟ فليس أي كتاب مكتمل البنية بلعبة مكعبات تخضع لأهواء كل من يريد أن يتلاعب بها ويعيد تكوينها وترتيبها كلما تراءى له ذلك.

لعل الإصدار الثاني الذي استحدثه كيفين هو أقصى نهاية يصل إليها هذا الهاوي النبيل، فسوف يتم توزيع الأعمال الكتابية الفردية بشكل مجاني في هذا الإصدار المستقبلي للإنترنت مباشرة، الأمر الذي سوف يحرم الكتّاب من الحصول على العوائد التي عادةً ما كانوا يحصلون عليها من وراء أعمالهم الخلاقة، وإنما سوف يعتمدون على إلقاء الخطب والمحاضرات وبيع أعمالهم بعد وضعها على أقرص مدمجة وما شابه

لكسب معيشتهم.

وسينتج عن هذا الأمر كُتّاب هواة ومحتوى غير جاد؛ فلن يكون هناك دوستيوفسكي وإنما (Drudge) الذي يبث أعمالاً تفتقد العمق على الإنترنت، وهكذا سوف تتحول مكتبة كيفين العالمية إلى صحيفة عالمية واهية -ليست إلا فوضى من نصوص متشعبة غير قابلة للتحرير وهُراء لا يقرأ- بلا قيمة إن لم يك هناك نموذجًا لأعمال النشر فعالاً وقابلاً للتطبيق، ومن ثم فسوف تختفي المكتبات ودور النشر ولن يتبقى لنا سوى رؤانا في سردنا قصصاً لنقرأها.

ونجد في عالم الموسيقى نجوم غناء الروك مثل (Beck) يعزفون نفس اللحن الذي يعزفه كيفين كيلي، وكمثل كيفين وجيمي ويلز Jimmy Wales)) وآخرون من الذين يزعمون مثالية الإصدار الثاني من الإنترنت التي لا طائل لها فإن بِك يبيع أغانيه معتمداً على ما يتمتع به الهواة من نبل أجوف. وتعتمد فكرة بِك على أن يسمح لمحبيه أن يحوروا موسيقاه بحسب رغباتهم الشخصية؛ فيسمح لهم بأن يصمموا أغلفة ألبوماته الموسيقية ويؤلفوا كلمات الأغاني بأنفسهم ويقوموا بوضع التوزيعات الموسيقية الإلكترونية الخاصة بهم، وعلى هذا يكون بِك مستعداً تمامًا أن يستبدل أعمال هواة مغمورين بأعمال المصممين المحترفين الفنية لأغلفة موسيقاه ومؤلفي كلمات أغانيه وكذلك مهندسو تسجيلاته. وقد قال بِك لمجلة (Wired): أحب أن أصدر ألبومًا موسيقيًا يمكن تعديله وتوزيعه ووضعه مباشرة على البرنامج الموسيقي

الرقمي (iTunes) لقد قمنا من عدة سنوات مضت بمشروع لإعادة توزيع موسيقي على موقع على شبكة الإنترنت؛ إذ وضعنا نغمات الآلات كلاً على حدة مصاحبة للأغنية وتركنا الناس يوزعون اللحن كلاً على شاكلته، وقد وصّلنا من تنويعات وجودة الموسيقى التي وضعها الناس شيئًا ملهمًا حقًّا، وعساني، في عالم مثالي، أن أجد طريقة تجعل الناس يتفاعلون حقًّا مع التسجيلات التي أطلقها وليس مجرد إعادة توزيع الأغاني ولكن لعلهم يتعاملون معها كأنها لعبة كمبيوترية."

وقد حذت فرقة (Barenaked Ladies) الكندية الشهيرة هذا الحذو إذ أطلقت مؤخرًا مسابقة لإعادة توزيع موسيقي تسمح فيها لمحبيهم أن يُحَمِّلوا الأغاني من أحدث ألبوماتها من على الإنترنت ويعيدوا توزيعها وتحريرها وبذلك يحيلوها إلى إصدار جديد، وسوف تطلق أفضل هذه الإصدارات على قرص مدمج. وهذا الأمر يعد بمثابة طباخ خبير بفن الطهي إلا أنه بدلاً من أن يطهو وجبة قيمة يقدمها للناس كي يأكلوها يقدم مكوناتها إليهم، أو كطبيب جراح كذلك بدلاً من أن يجري العملية الجراحية للمريض يترك هذا الهاوي في غرفة العمليات مع بعض الأدوات الجراحية وبعض من الإرشادات الموجزة المساعدة عديمة الجدوى.

لا أكاد أعي، وأنا لست من محبي الموسيقى -إلى حد كبير، أن يطلق المؤلف الموسيقي الشهير يوهان باخ إصدارًا من مقطوعاته الموسيقية

(Brandenburg) وهي مـا زالـت خـامًا للعامة لكي يعيـدوا توزيعـهـا ومزجها، أو أن يترك المؤلف الموسيقي الشهير (Mozart) لمستـمعيه حـرية أن يعيــدوا كـتـابة مـؤلفـاته الأوبـراليــة والأوركسترالية، وهل يمكن أن تتـصـــور أن يطــلق المغني والمؤلــف الشــهــيـر بوب ديلان (Bob Dylan) إصداراً متفاعلاً من أغنيته الشهيرة "دماء على الدروب (Blood on the Tracks) يمكن إعادة ترتيبـهـا حتى تصير على هواك الشخصي؟ وسوف يقع على عاتقنا نحن، حين نواجه مهمة بذل مجهودات خارقة، أن نبحث عن الأعمال النادرة القيمة بين كل هذا الهرج والمزج والأعمال التي أعاد توزيعها الهواة بعد أن ينتهي بها الحال إلى موقع المدونة يوتيوب (YouTube) كـما يحدث غالبًا في نهاية الأمر.

وما يعطينا الإصدار الثاني من الإنترنت إلا ثقافةً مُشَرْذَمَةً بلا انقطاع، نضيع بين ثناياها على غير رجاء، لا نعلم كيف نسلط اهتمامنا وظل ضيق الوقت الذي غدونا نعاني منه، وتتعدى تلك الثقافة، ثقافة الهواة، نطاق الكتب والموسيقى لتذهب إلى أبعد كثيراً من ذلك؛ إذ يقوم اليوم مئات الآلاف من مذيعي راديو الهواة أو ناشري الملفات السمعية على شبكة الإنتـرنت Podcasters مـثل هوارد ستـيرنز وراش ليـمـبـوز المغمورين– باستخدام أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم لإنتاج وتوزيع البرامج السمعية على شبكة الإنترنت. وتعد المدونات الخاصة بمقتطفات الفيديوهات آخر صيحة في هذا الهوس – آخر ما توصل إليه الهواة حتى الآن– والتي تجعل من أي شخص بحوزته كاميرا ويب وميكروفونَ نجمًا

في لحظات على شبكات فيديو الهواة من مثل YouTube وBebo. وأنا أتساءل: ماذا يخفي لنا الزمن؟ يعتقد البعض أننا -عما قريب- سنرقب قدوم "تلفزيون ويكي" الذي يتيح للهواة أن يتقدموا ببعض المحتويات ليدمجوها في وسط القصص التي تذاع على برامج التلفزيون المفضلة لديهم.

لقد باتت التكنولوچيا الإذاعية في انتشار إلى الحد الذي أصبح كل شيء نفعله أو نقوله -بمجرد نقرتين بالفأرة- ينتشر ويتوغل عبر الإنترنت بصورة كبيرة.

البوريتو مع كل واحد

لم يقف ما ذهب إليه الهواة عند ذلك الحد، حتى بات يهدد عالم التصميمات والموضة والإعلان. وقد دخل معي المصمم الخبير Joe Duffy، مؤسس شركة Duffy Designs، في حوار نشرته مجلة Fast Company في عددها الصادر في أكتوبر سنة ٢٠٠٦ أثار فيه جدلاً حول أن يضفي على فن التصميم الطابع الديمقراطي الذي يجعل أي شخص قادراً على أن يكون مصممًا بل وينبغي عليه أن يكون كذلك. ويقول چو دافي في حواره: " إن زيادة الدافع والطلب على الحصول على تصميمات رائعة يعتمد على زيادة المشاركة في عملية التصميم"(١٩). ولكن الأمر لا يحتاج إلى تصميمات رائعة ومهندسين عظماء فحسب بل يحتاج -أيضًا- أن يحوطه سرية وندرة حتى تحتفظ

التصـميـمات بقـيـمتـها - وتشطيبها للملابس والسيارات والأجـهزة الإلكترونية بقيمتها التي عهدناها، لكنني أجادل چو دافي فيما أطلق عليه متفائلاً "المشاركة في عملية التصميم" بأنه يسلب الابتكار الحقيقي قيمته. فهل حقيقةً أن يكون من السهل وضع تصميمات رائعة؟ فاليوم يستطيع قليل من الناس أن يأتوا بثيابهم الفاخرة من بيت أزياء شهير ولكن غداً، إذا وجد ما يلهث وراءه، فقد نتمكن جميعًا من أن نرتدي قطعًا مقلدة صممناها بأنفسنا.

وعلى الرغم من كل شيء، فقد بدأت شركات مثل شركة وال-مارت Wal-Mart، من عهد غير بعيد، أن يتلاعبوا بافتراضاتنا التي لا ترتكن إلى الصحة -وهم يحسبون خطواتهم بعناية- حول "حقيقة" الهواة، ويحصلون على دعاية مجانية في خضم هذه العملية؛ فقد دعت شركة وال-مارت، في شهر يوليو من عام ٢٠٠٦، طلاباً في نهاية مرحلة التعليم الثانوي لم ينالوا حظًا من التدريب في أي من مجالات الحياة العملية إلى Hub (مدونة تشبه تمامًا مدونة ماي سبيس)" المدونة الاجتماعية الخاصة بشركة وال-مارت لخلق أفلام فيديو إعلانية خصيصًا لهذا العملاق في تجارة التجزئة ومقره ولاية أركانساس الأمريكية، وسوف يتم عرض أفضل هذه الأفلام الإعلانية التي اتخذت "صحح أسلوبي المدرسي" شعاراً لها على محطة تلفزيون فضائية إعلانية خاصة بشركة وال-مارت وقد شاركت شركة سوني في رعايته، وتعد هذه هي الطريقة الثانية التي قوبلت بها بدعة الهواة بحفاوة حتى وإن كانت خدعة تجارية. ومن ناحية أخري، بدأت شركات أخرى تدرك أن

الأمر لا يقتصر على أن إعلانات الهواة لا تكلف إلا القدر اليسير إذا ما قورنت بإعلانات المحترفين، بل إن المستهلكين غدوا يرونها مادة أكثر خامًا ولا تتسم بالتكلف المنمق وتقترب أكثر من الحقيقة بعض الشيء، أو يرونها أكثر صدقًا من الإعلانات التي تعدها وكالات محترفة في هذا المجال.

ولم تكن شركة وال-مارت وحدها لها الحظ الأوفر في هذا الأمر؛ إذ قامت شركات أخرى مثل نايك وماستر كارت وشركة تويوتا L'Oréal أيضًا بإجراء مسابقات مماثلة في التسويق يقوم فيها مستخدمو الإنترنت الهواة بوضع إعلانات تسويقية، كما فعلت شركات Cingular و نستله وأميركان إكسبريس، ولم يقف الأمر عند هذا الحد، ففي بطولة Super Bowl (أكبر حدث أمريكي في كرة القدم الأمريكية) التي أقيمت في عام ٢٠٠٧، وهي أحد أهم الأحداث في صناعة الدعاية والإعلان؛ إذ يقترب عدد مشاهديها من مائة مليون مشاهد، وتشتهر بأنها معرض لأفضل الأعمال الإعلانية إبداعًا في هذا المجال وأضخمها ميزانية[٢٠] قامت الشركات فيرتو-ليي وشيفورليه ودايموند فودز وكذلك الدوري القومي لكرة القدم الأمريكية بعرض إعلانات تليفزيونية صنعها هواة مدة كل منها ثلاثون ثانية. وقد أثارت إعلانات بطولة Super Bowl التي صنعها مستخدمو الإنترنت الهواة القليليون من الناحية الاقتصادية بصفة خاصة، وعلى سبيل المثال، فالمسابقة التي أجرتها شركة Firto-Lay حتى "تكتشف" إعلانًا من صنع الهواة من أجل الدعاية لمنتج شرائح الذرة " دوريتوس"

الخاص بها. ووفقًا للجمعية الأمريكية لوكالات الدعاية والإعلان؛ فإن تكلفة إعلان تم إنتاجه بحرفية ومدته ثلاثون ثانية تبلغ ٣٨١ ألف دولار؛ في حين أن شركة Firto-Lay قد دفعت مجرد مبلغ ١٠ آلاف دولار لكل المتسابقين الذين انتهوا إلى المراكز الخمسة الأولى، موفرةً بذلك مبلغ ٣٣١ ألف دولار، وهذا يعني أن مبلغًا قدره ٣٣١ ألف دولار لم يصل إلى أيدي المحترفين من صناع الأفلام وكتاب السيناريوهات والممثلين وشركات تسويق الأفلام -أي أن الاقتصاد قد حرم مبلغًا قدره ٣٣١ ألف دولار.

ولقد قامت شركة تسمى ViTrueومقرها ولاية أطلنطا الأمريكية بدور رائد في هذا الأمر حين أوجدت "قاعدة إعلانية" كاملة صنعها مستخدمو الإنترنت؛ إذ مكنت شركة ViTrueالمستهلكين من أن يضعوا أفكارهم وينفذوها ثم يقوموا بتحميل ما أنتجوه من أفلام فيديو إعلانية على الإنترنت. وكانت من أوائل عملاء شركة ViTrueسلسلة مطاعم Moe's Southern Grillالناجحة صاحبة حق الامتياز حيث يتولى منفذو أفلام فيديو هواة إعداد وتنفيذ آخر حملاتها الإعلانية التي تستهدف وضع ما تنتجه سلسلة المطاعم من "خبز البوريتو المكسيكي في كل يد" (سوف ينال منفذو أفضل إعلان خبز البوريتو المكسيكي مدى الحياة كجائزة).

تتلاعب الحملات الإعلانية هذه بإدراكنا الحسي بينما في الوقت نفسه

تُزايد على أعمال وكالات الدعاية المعتادين وعلى أصحاب المواهب الذين يعملون بهذه الوكالات. فها نحن، وعلى غير فطنة ووعي، نقوم بالاستقطاع من أوقاتنا ومواهبنا الخلاقة ونمنحها إلى شركات من مثل وول مارت وماستر كارت في مقابل خبز البوريتو المكسيكي.

ولكي يصبح المرء طبيبًا أو محاميًا أو موسيقيًّا أو صحفيًّا أو مهندسًا مطلوب منه أن يبذل نفسه في سبيل استثمارها في التعليم، والتدريب، والخضوع لعدد لا يحصى من تقييم الأداء أو التقدم لنيل الشهادات التي تؤهله، وخوض ميادين العمل الشاق لساعات طويلة، كذلك الكاتب المحترف الذي يقضي سنين دأبًا يصقل ويهذب صنعته باذلاً محاولات حتى يحظى بتقدير المحنكين والمتمرسين في التحرير والوكلاء والنقاد والقراء ويعتبرونه كاتب يستحق أن يقرءوا أعماله ويهتمون بما يكتبه. أو مثل الذين يعملون في مجال بصناعة السينما يقضون الساعات الطويلة ويتعرضون لضغوط الجدول الزمني المشغول، وضغوط شديدة حتى يبدعوا منتجًا مربحًا في مجال باهظ التكاليف ونتائجه غير متوقعة. فهل يستطيع هؤلاء الهواة النبلاء حقًّا وما ذهبوا إليه أن يتخطوا ذلك كله ويقوموا بعمل أفضل من أولئك؟

ويدعي جلين رينولدز، صاحب مدونة **Instapundit**، أننا على حافة قرن الهواة، ويؤكد Reynolds أن التكنولوچيا سوف تمنح كل شخص القوة، تلك القوة التي لا يتمتع بها، على ما جرى عليه العرف،إلا "دول الأمة الواحدة أو الأبطال الأسطوريون أو الآلهة المزعومة"، وهكذا،

يواصل Reynolds نقاشه قائلاً: إننا – بهذه الطريقة– سوف نحصل على "ذكاء الآلهة المزعومة" وسوف تصير أمورنا كلها في مهب الهواة من صحافة وإنتاج موسيقي إلى الطب وتكنولوجيا النانو وارتياد الفضاء[٢١].

وكما سترى عزيزي القارئ، أثناء تصفحك الفصل التالي، أن الحفاوة التي قوبل بها الهواة لها تأثير تتآكل معه حقيقة المعلومات التي نصل إليها ودقتها ومصداقيتها. أوَ تعتقد أننا نبالغ؟

إذا أردت أن تعرف فتابع القراءة.

* * *

٣

حقائق وأكاذيب

لا يكاد يمر يوم دون أن نتساءل فيه عن مدى مصداقية ودقة وحقيقة المعلومات التي نحصل عليها من الإنترنت. فأحيانا، يتعلق الأمر بمجرد بعض الإعلانات التي صممت لتبدو أشبه بصفحة شخصية على الشبكات الاجتماعية، مثل MySpace أو Facebook، أو مشغل فيديو يوتيوب ، الذي يشغل مقاطع الفيديو على الإنترنت، والتي تنتجها شركة مهتمة بتشكيل الرأي العام للمستهلكين. ففي كل أسبوع، تظهر فضيحة جديدة تقوض ثقتنا في المعلومات التي نحصل عليها من الإنترنت.

ففي العالم الرقمي تتدفق تيارات منهمرة من المعلومات غير المنقحة التي يختلقها المستخدم، معلومات لا تبدو كما تظهر. فبدون محررين وبدون مراجعي حقائق، ومديرين أو منظمين على شاشة العرض قبل إرسالها، فلا نجد من يضمن لنا مصداقية أو حقيقة المعلومات التي نقرأها أو نرؤها على المواقع مثل موقع Xanga

وموقع Six Apart وموقع Veoh وموقع Yelp وموقع Odeo وغيرها من المواقع التي لا تحصى. فلا توجد بوابة مراقبة لتلك المعلومات

لتنقيحها وفصل الحقيقة عن الخيال، والمعلومة الحقيقية عن الدعاية والإعلانات، والمعلومات الصحيحة عن المعلومات الخطأ أو الخادعة الصريحة، ومن ذا يشير إلى أكاذيب المدونات، والتى تحاول إعادة كتابة تاريخنا وعرض الإشاعة على أنها حقيقة؟ فإن كنا جميعًا مؤلفين وبعضنا يكتب قصصًا خيالية ، فمن إذن نصدقه؟

وهل تصدقه ؟

في سبتمبر ٢٠٠٦ ظهر خبر حول إصدار النسخة الألمانية من يوتيوب على أنه يبدو أصليًا تمامًا. فقد ظهر فيه مذيع أخبار محترف، يجلس على مقعد خشبي وراءه خريطة لأوربا. وقد بدا الأمر على أنه مقطع فيديو من تاجسيشاو Tagesschau والتي تعد أكثر وكالات الأخبار مصداقية في ألمانيا. ووفقًا لما قاله مقدم نشرة إخبارية فإن الحزب الوطني الديمقراطي الألمانى قد أبلى بلاء جسنًا في الانتخابات المحلية الأخيرة، وكان نص الخبر كالتالي:

"حصل الحزب الوطني الديمقراطي على نسبة ٧,٣٪ من مجموع أصوات الناخبين فى الولاية الألمانية ميكلينبيرج الغربية ، وهي النسبة الضرورية لدخول البرلمان الإقليمي".

وقد انزعج كثير من المشاهدين الألمان من هذا الخبر أما أولئك ذوو البصيرة النافذة ممن شاهدوا الفيديو يو تيوب لم يكونوا من مقاطعة تاجسيتشاو الحقيقية، وبدلاً من شعار ستوديو Das Erste، ظهر شعار

أعلى يمين شاشة العرض تظهر أشعة متعددة سوداء يمكن ترتيبها بسهولة لتكوين رمز الصليب المعقوف وهو الشعار الذي اتخذه النازيون الجدد في ألمانيا.

صحيح إنه من حسن الحظ أن النشرة الإخبارية كانت خدعة. فقد ظهرت لتبدو أشبه بنشرة أخبار من Das Erste، وقد كان هذا العمل في واقع الأمر ، من إنتاج المتطرفين النازيين الجدد المنتمين للحزب الوطني الديمقراطي كمحاولة بث نشرة أخبار أسبوعية،تكون بمثابة وسيلة دعائية.

مرحبًا بكم إلى الحقيقة طريقة ويب 0.2

ولا تعد الأمور أفضل حالاً في إصدار النسخة الأمريكية من اليوتيوب. ففي نوفمبر سنة ٢٠٠٦ وخلال انتخابات مجلس الشيوخ كانت أكثر مقاطع الفيديو اليوتيوب مشاهدة هو إعلانات الحملة الانتخابية الخاصة بالمرشح الجمهوري "فيرنون روبنسون"، المرشح الجمهوري عن ضاحية المنطقة الثالثة عشر في شمال ولاية كارولينا.

وكان الفيديو هجومًا بغيضًا على براد ميلر، المرشح الديمقراطي خصم روبنسون. وبدأ الإعلان بعبارة: " بدلاً من إنفاق المال على بحث عن مرض السرطان، براد ميلر أنفق أموالك على دراسة حول عادات الاستمناء باليد بين المسنين"، وأضاف الإعلان : "براد ميلر ادفع أموال ضرائبك للمراهقات لتشجيعهن على مشاهدة الأفلام الإباحية والمرتبطة بأعضائهن التناسلية".

وعندما انتقد هذا القذف والتشهير، ادعى فيرنون روبنسون بأن الفيديو لم يتم الموافقة عليه لتوزيعه ونشره. فلم نضع هذا الفيلم كدعاية"، وقال للناقد شون هانيتي " نحن لا نعلن أبداً عن شيء كهذا" " إن شخصًا مجهولاً قد وضعه على يوتيوب" .

وهل يعد ذلك عذراً شرعيًا يبرر أساليب التشويه الصارخة للحقيقة والقذف في الحملة الانتخابية ؟ ففي شبكة ٢,٠ ، أصبح عذر " وضع شخص ما الإعلان على فيديو اليوتيوب " تساوي عبارة "لقد أكل الكلب واجبي المنزلي" .

أو ماذا عن كونراد بيرنز، السناتور السابق من ولاية مونتانا، الذي خسر انتخابات عام ٢٠٠٦ ضد خصمه الديمقراطي، جون تيستر، بسبب الدعاية السياسية المنتشرة على اليوتيوب. ففي مقطع فيديو شهير، ظهر بيرنز نائما أثناء جلسة في الكونجرس، وفي فيديو آخر، تم التقاطه على الكاميرا يهزأ من " الرجل اللطيف الآتي من جواتيمالا" ، والذي يهتم بشئون حديقته في منزله بولاية فيرجينيا. وفي لقطة ثالثة تم ضبطه يحذر ناخبيه: " من الذين يقودون التاكسي في النهار ويقتلون في الليل" .

ومع أن بيرنز ارتكب هذه الزلات بالفعل، إلا أنه هذه اللقطات كانت من الناحية الفنية صادقة، ولكن في ذات الوقت لم تمثل الحقيقة. قام Arrowhead77 وهو مصور فيديو مجهول بتأليف وتصوير لقطات الفيديو وأرسلها باسم مستعار لزوجين " جون تيستر. وما بين شهرى أبريل وأكتوبر ٢٠٠٦ ، ذهب أحد مساعدي تيستر رحلة سفاري مصطحبا معه كاميرا فيديو، وقطع نحو ١٦,٠٠٠ ميل بسيارته ليتعقب

عضو مجلس الشيوخ عن ولاية مونتانا في حملته الانتخابية، حيث كان مستعداً لتصيد أي زلة للسانه.

إن المشكلة هي أن الفيروس -الشكل المجاني لموقع " يوتيوب " يسمح لأي شخص من النازيين الجدد أو موظفي الدعاية لنشر موضوعات فيديو مصورة مخادعة تحمل سمة التلاعب وخارجة عن سياق الموضوع، لم يكن "كونراد بيرنز" هو الضحية الوحيدة لهذا النوع من التشهير، ففي سباق عام ٢٠٠٦ لعضوية الكونجرس عن ولاية "فيرجينيا"، قام الديمقراطيون باستغلال كلمة " مكاكا نسناس " التي قالها المرشح "جورج آلن" عفو الخاطر بأقصى ما يمكن، لم يكن هنالك أدنى شك أن كل أنواع الرجال الذين يتطلعون لتقليد المشاهير والسير في ركابهم كانوا هنالك في "أرو هيد" يقومون بالإعداد للعملية الكبرى لاصطياد "هيلاري كيلنتون"، و"رودي جيلياني"، و"جون ماكين"، و"باراك أوباما" في الحملة الرئاسية لعام ٢٠٠٨ .

هذا هو مستقبل السياسة في عالم تطبيقات الجيل الثاني من خدمات الشبكة العالمية للإنترنت ويب ٢,٠ ، الوسيلة الديمقراطية المفترضة للمستخدم والكود السري للدخول يقوم بخلق ما يشبه صحف الفضائح الصفراء (التابلويد) التي تهتم بثقافة الخداع حيث يمكن أن يلقي أحدهم بملحوظة غير مؤكدة تطيح بتشكيل وزاري بأكمله، ويتم تحطيم الحياة السياسية بأكملها لأشخاص من نكتة ارتجالية في نهاية حملة انتخابية طويلة.

وعندما يكون من السهل تحوير أو تشويه المعلومات عن الساسة

والسياسة، فإنناكناخبين نخسر في النهاية، عندما لا نعرف كمواطنين من نصدق أو نثق بمن، وينتهي بنا الأمر أن نتخذ قرارات خطأ، أو في أسوأ الأحوال نبتعد تماما عن المرشحين وعن السياسة، ونبتعد عن التصويت كله.

إن تحويل السياسة إلى " يو تيوب " يمثل تهديداً لثقافتنا المدنية. إذ تصبغ العملية السياسية بصبغة طفولية، وتُخْرِس الحوار العام وتترك مستقبل الحكومة إلى مشهد فيديو كليب مدته ٣٠ ثانية قام بتصويره مصور فيديو هاوٍ له أغراضه السياسية الدفينة.

حقيقة ١١ سبتمبر

حدث في عام ٢٠٠٥ أن قام ثلاثة من الصغار الذين سيصبحون فيما بعد مصوري أفلام من مدينة "أونيونتا" الصغيرة الواقعة في المنطقة الشمالية من ولاية في نيويورك باستخدام مدخراتهم عن نوبات عملهم في محل آيس كريم والتي بلغت ٢٠٠٠ دولار في إعداد فيلم وثائقي مدته عشرون دقيقة وكانوا يقصدون من ذلك إنتاج فيلم من نسج خيالهم، أسموه "تغيير فضفاض "Loose Change، ويزعم الفيلم أن الهجمات الإرهابية التي حدثت في الحادي عشر من سبتمبر تم إعدادها وتنفيذها بواسطة إدارة الرئيس "بوش". وفي تجميع لشهادات بعيدة عن السياق، وأخبار مصورة تم تحريفها، قام الفيلم برسم سيناريو مشوه لمجمل الأحداث. ووجد أحد الخاطفين الأحد عشر حيًّا بعد كارثة

الاصطدام في هذا الفيلم على بعد عدة بنايات من مركز التجارة العالمي، وأن طائرة الرحلة رقم ٩٣ لم تتحطم في أراضي بنسلفانيا، وإنما تم إعادة توجيهها إلى مطار "كليفلاند هوبكنز"، وأن البرجين لم ينهارا نتيجة لاصطدام الطائرات التي يقودها الخاطفون بها، ولكن نتيجة وضع متفجرات تم زرعها مسبقًا.

تم وضع هذا الفيلم على شبكة الإنترنت أولاً في ربيع عام ٢٠٠٥، وبحلول مايو٢٠٠٦ أصبح فيلم "تغيير فضفاض" من ضمن أعلى ١٠٠ موقع يتم مشاهدته، وشاهده أكثر من ١٠ ملايين شخص في السنة الأولى فقط. وبذلك تم خداع ١٠ ملايين شخص بصفة أساسية فيما يخص واحدة من كبرى الكوارث في التاريخ الأمريكي، تم تفنيد الإدعاءات التي جاءت في فيلم "تغيير فضفاض" كلية في التقرير النهائي للجنة التقصي عن أحداث ١١/٩، وهو التقرير الذى استغرق إعداده عامين كاملين، وتكلف ١٥ مليون دولار أمريكي وتم إعداده بواسطة اثنين من المحافظين، وأربعة من رجال الكونجرس الأمريكي، وثلاثة من مسئولي البيت الأبيض السابقين، إلى جانب اثنين من المستشارين الخاصين، إذن لمن تعطي ثقتك؟ لثلاثة من الشباب الهواة الذين لم تتعد أعمارهم العشرين عامًا إلا بقليل ولم يلتحقوا بالتعليم الجامعي؟ أم لفريق من الخبراء الذي يضم مجموعة من ألمع الخبراء والمسئولين والمحققين الذين تم انتقاؤهم؟ أصحاب نظرية المؤامرة قاموا باستخدام تطبيقات الجيل الثاني من خدمات الشبكة العالمية للإنترنت لتشويه تاريخ حادث أودى بحياة آلاف الأمريكيين، الحادث الذى آثار

ردود أفـعـال عـالميـة ضـد الإسـلام، وتـسـبـب أيضًـا في نـشـوب حـربين. يمكنك بالطبع أن تجادل الآخـرين بأن الفـيلم كـان واضـحًـا أنه مـجـرد خـداع، ولكن كـم من الخـدع الأخـرى يمكن أن تـكـون أقل وضـوحًـا في أنها مـجـرد خـداع؟ كم هو مـقـدار ما هو مخـادع فـيـمـا نقـرؤه أو نراه على شـبكـة الإنتـرنت؟ هل الشـخص الذي ينقل لنا إعـلانًا على الإنتـرنت أو يرسل لنا رسالة إلكترونية جذابة تكون حقيقية، وهل هو أو هي فنان أو فنانة مخادعة، أو باحث عن فريسة للجنس أو محتال من نوع أو آخر.

الغشاشون والمحتالون

تسلم الكثير منّا رسائل إلكترونية من رجل أعمال نيجيري يغرينا بوعود بدخل يبلغ مليون دولار بواسطة استثمار مبلغ بسيط في آبار البترول الخاصة به، أو رسالة إلكترونية من عنوان مجهول يدّعي أنه من الشركة التي تمثل كارت الائتمان الخاص بك، ويطلب فيها منك مراجعة رقم كـارت الائتـمـان الخاص بك. يعلم أغلبنا أن هنالك محـتـالين، ولكن لسوء الحظ نحن في عصر تصفه جريدة نيويورك تايمز بأنه يزداد فيه "الاحتيال الإلكتروني أو الرقمي" ليصبح أكثر صعوبة ودهاءً.

أكبر صور الاحتيال السائدة في الوقت الحاضر هي سياسة (الإغراق)، والذي يقوم مرتكبوها بشراء أسهم زهيدة القيمة، ثم يقومون بنشر شائعات جيدة عن مستقبلها، وبعد أيام قليلة وعندما يرتفع سعرها يقومون ببيعها، ويحققون من وراء ذلك أرباحًا تبلغ ٥٪-٦٪ ، ثم بعد ذلك تنهار أسعار أسهم المستثمرين المخدوعين.

على سبيل المثال كان هناك سهم زهيد القيمة لجهة يطلق عليها اسم "دايمانت آرت كوربوريشن"، في نهاية عمل يوم الجمعة ١٥ ديسمبر ٢٠٠٦ كانت قيمة هذا السهم ١١ سنتًا، وفي عطلة نهاية الأسبوع، بدا إرسال طوفان من ملايين الرسائل الخادعة عن قيمة الأسهم، وبحلول يوم الأحد بدأ الكثير من المخدوعين الذين لم تساورهم الشكوك في شراء السهم، مما رفع قيمة السهم إلى ١٩ سنتًا ثم قفز إلى ٢٥ سنتًا، وبالطبع قام المحتالون ببيع أسهمهم محققين أرباحًا هائلة، وبحلول يوم الأربعاء ٢٠ ديسمبر انحدرت قيمة السهم مرة أخرى إلى ١٢ سنتًا (٢).

أو بطريقة أخرى محببة، يقوم المحتالون بالتحكم في شبكة واسعة من أجهزة الكمبيوتر لأشخاص أبرياء، ويطوعونها عن طريق البرمجة لتصبح كأدوات لهم يرسلون من خلالها رسائلهم المخادعة بطريقة آلية، وبحيث تبدو للمرسل إليه وكأنها مرسلة إليه من مصدر موثوق به، ذكرت شركة "سيكيور كومبيوتينج" وهي إحدى الشركات الرائدة في وادي السليكون ومتخصصة في الكشف عن مثل هذا النوع من الاحتيال، أن ما يقرب من ٢٥٠,٠٠٠ جهاز كمبيوتر يتم تحويله يوميًا إلى "قاطرة" لمثل هذا النوع من الخداع وبدون علم أصحابها.

الجنس والأكاذيب والإنترنت

في بواكير سبتمبر ٢٠٠٦ قام فني يُدعى "جاسون فورشني" بنشر إعلان منتحلاً اسم أنثى في "مقابلات عارضة" في موقع "كريجلاست" يدعو للمرافقة لليلة واحدة لرفقاء غير معروفين، تسلم "جاسون فورشني"

عـدد ١٧٨ رسالة على مـوقـعـه على الإنتـرنـت، وكـمـا طلب منهـم نشـر أسـمـائهـم، وصـورهـم عـراة، وحتى أسـمـاء زوجاتهـم. وبضـغـطة على زر الفارة لفتح هذا الموقع يتم تشويه سمعة أناس وتدمير حياتهم الوظيفية، كما تم هدم بيوت، وتفككت عائلات، كل ذلك بسبب مزحة ثقيلة، نعم كـان هناك بعض الضـحـايا الذين ذهبـوا من وراء زوجـاتهـم، وهم يستحقون ما نالوه، ولكن الآخرين كانوا ببساطة أناسًا يشعرون بالوحدة ويبحثون عن علاقة(*).

تؤكد هذه العلاقة المخاطر الكامنة في العالم الذي لا رقيب عليه، حيث القاعدة الوحيدة هي أنه "لا توجد قواعد". فبواسطة نقرات على لوحة مفـاتيح الكمـبيـوتر كان "جاسـون فـورشني" قـادراً على خلق شـخصـيـة وهمـيـة وأن ينشـر نتـاج خـديعتـه على العـالم كله، وكـمـا هو الحـال في الكثير مما ينشـر اليـوم على الإنتـرنت، كـانت مـزحتـه الثـقـيلة غير أمـينة ومـدمـرة، ومما يبـعـث على السـخـرية في هذه الحـالة، أن كل من كـان يبـحث عن سـرية شـخصـيـتـه على شبـكة الإنتـرنت تم خـداعـه، السـرية المحببة في الإنترنت يمكن أن تكون سلاحًا ذا حدين .

الحقيقة أن الشائعات والأكاذيب على الإنترنت يمكنها أن تشوه السمعة وتدمر الحياة الوظيفية، نقلت سيدة تُدعى "جولي" قصة مرعبة على موقع يُدعى (dontdatehimgirl.com)، وهو موقع يدعو السيدات اللاتي لحقت بهن إهانات للحديث عن التصرفات الشائنة لأصدقائهم السابقين، وطبقًا لحديثها فإن رجلاً يُدعى "جودو" قد التقطها وهي مخمورة في أوائل الصيف الحالي، وقام باغتصابها وممارسة اللواط معها،

(*) من وجهة نظر الكاتب

وأصابها بمرض ينتقل عن طريق ممارسة الجنس، وتركها مقهورة تشعر بالمهانة لدرجة أنها حاولت الانتحار، هذه القصة التراجيدية كانت مصحوبة بصورة المُعتدي الذي شاهده أكثر من ١٠٠٠ شخص ، كتب أحد الزائرين مُعلقًا: "ابن الزانية هذا يستحق السجن، ويجب توزيع صورته في كل مكان حتى يعرف كل إنسان ما فعل" .

إذا كانت هذه الرواية صحيحة، فإن معظمنا سوف يميل إلى الموافقة، ولكن المشكلة أن الكلمات لم تكن لها، كان "جودو" في الحقيقة هو "أريك" ، وهو صديق لها، (ومن المرعب أن ذلك لم يكن اسمها) . اعترفت أخيراً أنها قامت بكتابة القصة الخسيسة كنوع من المزاح!!

عندما تكون المحتويات غير معالجة، ولا دليل عليها ولا إثبات يطلب كدليل لصحتها وللتأكد من صحة أية ادعاءات على موقع (dontdatehimgirl.com) ، يجب فقط على المستخدمين مراجعة خانة تعلن أن المعلومات حقيقية، ويتم السماح بعرض البيانات لمستخدمين مجهولين، كما أن المبالغات الطائشة والاختلاق أمور معتادة، وكما ذكرت "جولي" لجريدة "ميامي نيو تايمز" :- "لا سبيل هناك لإيقاف أي شخص من تشويه أي شاب لا شأن له بذلك، يمكنني أن أخمن أن معظم القصص المدرجة على مثل هذه المواقع مليئة تماماً بالبذاءات" .

ما يحمى الناس في وسائل الإعلام العادية هي القوانين التي تمنع تشويه السمعة والقذف أو التشهير من مثل هذه الممارسات الشريرة التي تغتال آدمية الإنسان، ولكن بسبب إخفاء الاسم والخلو من الموانع

التى تقيد التسجيل في معظم مواقع الإنترنت، فإنه من الصعوبة بمكان تفعيل هذه القوانين في عالم الإنترنت.

وجد محامي من بنسلفانيا يُدعى "تورد هوليز" رسالة على موقع (dontdatehimgirl.com) يتهمه بأنه مصاب بمرض "الهربس" نظراً لشذوذه، وأنه مع معرفته بذلك، قام بنقل أمراض جنسية إلى لآخرين، قام "هوليز" مسرعًا برفع قضية تشهير على مالك الموقع، وكذلك السيدة التي وضعت مواد التشهير وذلك بتهمة "إعادة ترويج معلومات مضللة"، ولكن جهوده لتبييض صفحته من هذه التهم كانت لها بعض الآثار السلبية، فنتيجة للضجة العامة التي صاحبت القضية، تم وضع خمس سير شخصية لا تمتدح فيه على الموقع وتم الدخول على هذه المواقع مجتمعة لأكثر من ٥٠٫٠٠٠ مرة.

وهناك أيضًا حالة "راف بانكس" وهو المحامي الذي قام برفع قضية على عميل سابق له هاجمه على مدونة على الإنترنت، كان للعميل ثأر ضد "بانكس"، حينما فشل في استرداد ٣٠٠٠ دولار له؛ ولذا قام باتهام "بانكس" بأنه قام برشوة القضاة لإسقاط تهم على تجار مخدرات عملاء له، وقام بتهديده بالمزيد من الاتهامات إذا لم يقم "بانكس" بإعادة المبلغ إليه. فاز "بانكس" بتسوية، ولكن بعد أن تم إلحاق الأذى بسمعته الوظيفية بطريقة غير قابلة للإصلاح[١].

مُلاك الصحف وشبكات الأخبار التقليدية يمكن مساءلتهم قانونًا عن

تقـارير مـراسليـهم، ومـا يقـدمـه مـذيعـو البـرامج وكُـتَّـاب الأعـمـدة مما يشجعهم على التمسك بمستويات الحقيقة في محتويات ما يقدمونه فـيـمـا يُكتب في الصـحف أو يتم تقـديمه على الشـاشـة. ولكن على الجـانـب الآخـر فـإن مـالكي مـواقع الإنتـرنـت على الشـبكة العـالمـيـة لا يتم اعتبارهـم مسئولين عمـا يمكن أن يضعه طرف ثالث على الموقع، ويمكن أن يقول قائل : إن هـذا دفاع عن حرية التعبير، ولكن بأي تكلفة؟ طالما كـان مـالكو هذه المواقع والمدونات غـيـر مـسئولين قـانونًا، فـإنه لا شيء هنالك يمكن أن يشـجعهم أو يقوم بتحفيزهم للسؤال عن المعلومات التي يقومون ببثها أو تقييمها.

يمكن أن يتم نشر الشائعات أو المعلومات المغلوطة على شبكة الإنترنت بسرعة مخيفة، هاك تجربة "آمي تان" المؤلفة الأكثر رواجًا ومؤلفة كتاب "نادي الحظ السعيد" مثالاً. ففي مقال عنوانه "أخطاء مطبعية" تصف فيه كيف أن هناك أخطاء شائنة عن حياتها الوظيفية، وعن نشأتها وعن حياتها الشخصية والتي غالبًا ما نتجت عن مدونة واحدة تضاعفت عن موقع للمعلومات، لدرجة أنهـا أصبحت جزءًا من السـيرة الرسـميـة لحياتها، فطبقًا لهـذه المدونات، فـإن "تان" درست في ثمـاني كليـات مختلفـة، وعـاشت في "مانسـيون" في وادي السليكون، كـمـا قـامت بتربية طفلين، وتزوجت عدة مرات، كـمـا فـازت بجائزتي "بوليـتـزر"، و"نوبل" في الأدب، ولكن الحـقـيـقـة أن "آمي تـان" لم تتزوج سـوى مرة واحدة، ولم ترزق بأطفال، وتعيش في شقة في سان فرانسيسكو، ولم تفـز بأي من الجائزتين بعـد، ولأنه لا أحـد يتـقـدم ويسـأل عن الأخطاء

المتنوعة والموجودة في الشبكة العالمية، والأكاذيب، والشائعات، فإنها تتكاثر مثل الجراثيم.

قبل أن تنتشر تطبيقات الجيل الثاني من خدمات الشبكة العالمية للإنترنت، كانت حياتنا الفكرية بأكملها يتم دفعها من خلال التجميع الدقيق للحقائق، ومن خلال الكتب التي يتم مراجعتها على المستوى المهني والمواد التي تشير إلى المصادر التي أُسْتقيت منها، والصحف، والإذاعة والتليفزيون، ولكن لأن كل المعلومات أصبحت رقمية وتم جعلها على المشاع عالميًّا ومتاحة بشكل دائم، فإن بيئة التسجيل أصبحت هي الإنترنت والتي لا تبتعد عنها الأخطاء، ونتيجة لذلك فإن بنك المعلومات لدينا مليء بالأخطاء والغش، المدونات تتصل ببعضها البعض عن طريق موصل واحد أو سلسلة من الموصلات، وما لا يحصى من المدونات الأخرى، صفحات (MySpace) متصلة بما لا يحصى من صفحات (MySpace) الاخرى، والتي بدورها متصلة بعدد لا يحصى من صور فيديو (You Tube)، ومدونات (Wikipedia) ، ومواقع الإنترنت المختلفة المصادر والأغراض، فمن المستحيل إيقاف السيل المنهمر من الأخطاء، دعك من تحديد مصادر هذه الاخطاء. سوف يرث القراء في المستقبل هذه المعلومات الخطأ ويقومون بنقلها، وبذلك تتعقد المشكلة أكثر فاكثر، ويتم تشكيل ذاكرة مُجمعة تتسم بعدم الدقة في مجملها بشكل كبير.

صبايا وحيدات وأشخاص وهميون

ليست المعلومات فقط هي التي لا يمكن أن نثق فيها بعد الآن، فتجهيل الشخصيات التي تتيحها تكنولجيا تطبيقات الجيل الثاني من خدمات الشبكة العالمية للإنترنت تجعل مصادر المعلومات مجهولة، وكما رأينا، فإنها غالبًا ما تكون غير جديرة بالثقة، كما أن الشبكة العالمية غارقة في الشخصيات المزيفة، وكاتبي المدونات الوهميين، والبيانات الشخصية المزيفة على موقع (MySpace)، وواضعي بيانات مزيفين على موقع (You Tube)، وعناوين بريد إلكتروني مزيفة، ومراجعات وهمية على مواقع مثل (Amazon) البعض منها واضح تمامًا أنها للانتقام الشخصي" ، وأصبح أمرًا مسلمًا به وعلى نطاق واسع أن تكون الشخصيات متنكرة، ويطلق عليهم " أشخاص وهميون" وتعني الشخصية البديلة أو "الأنا الأخرى" والتي تتكلم عبر شبكة الإنترنت أو تضيف مدونة.

أشهر مثال لذلك هو زوج من الدمى "ميكيكوشي" ، "سبيروزاتورا" ، "ميكيكوشي" الذي كان اسمه الحقيقي "ميشيل هزلتزيك" وهو صحفي حائز على جائزة بوليتزر وهو للمفارقة المدهشة، فاز بالجائزة عام ١٩٩٩ عن تقاريره التي قدمها عن "الفساد في مجالات الترفيه" كان "ميشيل هزلتزيك" حتى أبريل ٢٠٠٦ يكتب مدونة "لوس أنجلوس تايمز" المسماة "جولدين ستيت" والذي كان دائمًا ما يشتبك في مناقشات عنيفة عالية النبرات تشبه الفرقعات مع المدونين المحافظين، ولكن "ميشيل هزلتزيك" والذي كان يقوم بالتوقيع على مدونته بهذا

الاسم في مجال الأعمال أو الاقتصاد، قام باختراع هوية أون لاين، ثم تحت هذا اللقب دافع بضراوة عن عمله على مواقع شبكة خصومه.

ابتكر "ليي سايجال" المحرر الأول لمجلة "نيو ريبابلك" والفائز بجائزة "ناشونال مجازين آوارد" لعام ٢٠٠٢ عن مجمل أعمال من مقالات ونقد، كما اخترع هوية أون لاين أطلق عليها "سبيرزاتورا" وهو لقب إيطالي يعني "رباطة الجأش"، والتي انتقد فيها بعنف الإعلام الليبرالي، ومضى "سايجال" إلى أبعد من ذلك عندما كتب ملاحظات أكثر قسوة بتوقيعه الأخير على مدونته الرسمية، وعندما تم اتهامه بأنه هو نفسه "سبيرزاتورا" تمادي في خداعه ونفى ذلك ضمنيًا.(٧)

تم إيقاف كل من "ميشيل هزلتزيك"، و "ليي سايجال" عن العمل مؤقتًا لانتهاكهما أخلاقيات العمل الصحفي بإخفاء هويتهما (حيث إن ميثاق الشرف الصحفي لجريدة "لوس أنجلوس تايمز" ينص على ضرورة أن يكشف الكاتب عن هويته في تعامله مع العامة) وهي الطريقة التي لم تكن لتحدث لولا حلول عصر تكنولجيا تطبيقات الجيل الثاني من خدمات الشبكة العالمية للإنترنت، ففي وسائل الإعلام التقليدية لا يوجد مثل هذا التنكر وإخفاء الاسم، وتظهر المقالات الافتتاحية ومقالات الرأي موقعة بأسماء أصحابها، ويكون المراسلون وأصحاب الآراء مسئولين عن كتاباتهم، وهكذا فإن ذلك لا يجعلهم فقط مسئولين عما تجود به قريحتهم ولكنها أيضًا تطمئن القراء بأن الكاتب

مسئول عما يكتبه من تقارير أو آراء، فإذا كان كاتب الرأي منضمًا إلى أحد الأحزاب أو منضمًا إلى أحد منابر الرأي القومية- مثلاً- فإن القارئ يجب أن يكون مدركًا لانضمامه أو انضمامها وما ينجم عن ذلك من تضارب محتمل في المصالح، فإذا ما قام المراسل بتقديم تقرير يناقض فيه نفسه، أو قام بتقديم ما يناقض الحقيقة، فإنه يتم اكتشاف الانتهاك، وتتم مساءلته وربما إنهاء خدمته، كما كان الحال بالنسبة إلى الكاتب "جايسون بلير" الذي كان يعمل في "نيويورك تايمز". ولكن في عالم كتبة المدونات مجهولي الهوية ليس هنالك مثل هذا الضمان مما يخلق نوعًا من أزمة الثقة أو الإيمان بها.

إخفاء الهوية عند التواصل على الإنترنت (سواء حرفيًا أو مجازيًا) يتفشى كالوباء في عالم تطبيقات (YouTube)، كما أن الأكاذيب المحبوكة أصبحت كالقصص البوليسية في مجملها، فعلى سبيل المثال قصة (YouTube-lonelygirl15) والتي تم تقديمها في حلقات على فيديو (YouTube)، وهي تؤرخ عن قصة فتاة وحيدة ومراهقة اعتراها الفزع، لاحظ بعض المشاهدين مع مضي الوقت أن تسجيل فيديو الفتاة الوحيدة الهاوية يبدو أن هناك أيادي محترفة تقف وراءها مما أثار العديد من التساؤلات عن حقيقة هوية الفتاة، وانهمرت تلك التساؤلات على الموقع، اعتقد البعض أن (YouTube) هي التي تقوم بإنتاجها لرغبتها في تدعيم نسبة المشاهدة، ساور الشك المشاهدين الآخرين المحبين للاستطلاع في أن أيدي وكالة لرعاية المواهب تدعى

"وكـالة الفنانين الموهوبين" تلعب في الخفـاء، تسـاءل "جـون فـاين" من مـجلة "بيـزينس ويك" عـمـا إذا كـان قـد تم تصـويره بواسطة جـمـاعـات "ساينتـولجي" أو بعض المنجـمين أو بـواسطة بعض الطوائف المسيـحيـة الغامضة الأخرى مثل المؤمنين بدين الألفية.

مـوضـوع مـصـداقـيـة لقطات الفـيـديو أصبح هو لب الموضـوع، وفي الوقت نفسـه يـزداد عـدد المشـاهـدين يـومًا بعـد يـوم، وأصبح مـوقع (lonelygirl15) هو الموقع الثاني الأكثر مـشاهدة في (YouTube) و لا يعبأ أي من مشاهديها الذين يبلغون مئات الآلاف عما إذا كان ما يشاهدونه إعلانًا متـميزًا، أو هو فـعلاً لفـتاة مراهقـة استبـد بهـا الفـزع والرهبة. اعترف أخيراً مبتكرو شخصية المراهقة الوحيدة وهما كاتب السيناريو والمخرج وكلاهما من كـاليفورنيا أن الفـتـاة "بريي" التي تظهر في الفـيـديو هي في الحقـيقـة ممثلة أسترالية يزيد عـمرها على العشرين عـامًا وتدعى "جيـسكا"، كـانت لقطات الفـيـديو كـمـا قـال مبـتكروها عبـارة عن تجربة فنية جديدة عبارة عن مقاطع فيـديو مصـورة مكتـوبة خـصـيـصًا ليتم تحـويلهـا إلى فـيلم سينمـائي في النهـاية كـمـا كـانوا يخططون.

ولكن إن كنا لا نثق في مصداقية اعترافات "بريي"، وإن كـان فزعهـا في سنوات المراهـقـة هو نوع من الخيـال الزائف، فـإننا ببـسـاطة خـدعنا جـمـيـعـا، وهو مـا يثـيـر تسـاؤلي عن مـاهيـة الكثـيـر مما يوجـد على موقع(YouTube)، وعن مـحتـويات المدونات هل هي مـحض خيـال أم إعلان؟

قام "هوارد كورتز" من صحيفة "واشنطون بوست" بتلخيص الهراء الذي تضمنه (lonelygirl15) على النحو التالي:

الشيء العظيم في الإنترنت أنه يمكن لأي شخص كائنًا من كان أن يسجل أفكاره وآراءه وحتى لو كانت فتاة وحيدة عمرها ١٦ سنة، تستطيع أن تسجل أفكارها وتستقطب جمهوراً كبيراً لها ولكن ما يبعث على الجنونفيما يخص الإنترنت أنها يمكن ألا تكون وحيدة ويمكن ألا تكون في السادسة عشر من عمرها[١] .

توجد كل هذه العيوب الأساسية في محتويات الإنترنت التي نستخدم فيها اسمًا وهميًا لمستخدم ورقمًا سريًا، لسنا متأكدين على الإطلاق عما إذا كان ما نشاهده أو نقرؤه هو كذلك بالفعل، تسمح مواقع الإنترنت هذه ليس فقط باستخدام هوية مزيفة ولكنها أيضًا تشجع اتخاذ هوية مصطنعة، ولم يتساءل أحد قط لماذا يصّر الكثيرون منا على إخفاء حقيقة هويته، وما هى هوية مجتمعنا؟ وتكمن المشكلة لدي هؤلاء الذين يرغبون منا في معرفة المزيد عمن نتواصل معهم في أنه: "يوجد الكثير من الأماكن التي يمكن الاختفاء فيها الآن"، كما يقول "جاك شيفر" الناقد الإعلامي بموقع (Slate.com)

عالم المدونات والسوق الخيرية

يرى البعض أن تطبيقات الجيل الثاني من خدمات الشبكة العالمية للإنترنت، وكتابة المدونات على وجه الخصوص، هو عودة إلى ثقافة

الفكر الديمقراطي النابض بالحياة والذي كان شائعًا في مقاهي لندن في القرن الثامن عشر، ولكن لم يختبئ كل من "إدموند بورك"، و "جيمس بوسويل" وراء أسماء مستعارة بينما كانا يتجادلان مع بعضهما البعض، الحقيقة أن الكثيرين منا ليسوا أمناء بالفطرة سواء عند التواصل عبر الإنترنت أو كان بعيداً عنها في الحياة المعتادة، عندما لا تتم مراجعة وسيلة إعلامية كالإنترنت بواسطة اللوائح المُنظِمة، أو بواسطة مراجعين متخصصين، أو مرشحات آلية، وعندما نُترك لرغباتنا البدائية العنان فإننا غالبًا لا نسلك سلوكًا طيبًا.

تعتبر الثقة من أساسيات أي مجتمع من المجتمعات، وكل واضعي نظريات العقد الاجتماعي بدءاً من "هوبز"، و "لوك"، إلى "جان جاك روسو" يقرون أنه لا يمكن أن يكون هنالك تنظيم سياسي سلمي بدون عقد مشترك، وكما يقول عالم الأنثروبولوجي "إرنست جيلينر" في كتابه "أمم وقوميات"، أن لُب العقد الاجتماعي الحديث يكمن في ثقافاتنا العامة، وفي لغتنا وفي المبادئ الأساسية المُسلّم بها والمشتركة بيننا عن العالم.

يكتسب الإنسان المتمدن في العصر الحديث ما يصفه علماء الحضارة بالمدخلات الثقافية العامة المشتركة، "يتم تشكيل المجتمع وهويتنا الثقافية من خلال الصحف، والمجلات، والتليفزيون، والكتب، والأفلام" كما يقول "جيللر". تمدنا وسائل الأعلام الأساسية بالإطار المشترك الذي نلجأ إليه، والتواصل بالحديث، وبالقيم المشتركة.

ويشرح "بنديكت أندرسون" في كتابه "المجتمعات المزعومة" بأن المجتمعات الحديثة تتشكل من خلال: سرد الحكايات، تكوين الأساطير الشعبية، الإحساس المشترك بالمساهمة في نفس أقاصيص الحياة التي تروى.

فإذا ما كان التواصل بين أفراد المجتمع يتم بواسطة أشخاص مجهولين، وأناس يتملكهم هاجس الخوف من كشف هويتهم الحقيقية، عندئذٍ يتهاوى المجتمع الذي يتخيله "أندرسون" ويكون مآله إلى الفوضى.

تؤدي تطبيقات الجيل الثاني من خدمات الشبكة العالمية للإنترنت إلى تفاقم العُزلة بين الحقيقة والسياسة أيضًا، إذا ما كانت هنالك علاقة بين السياسة والحقيقة في الأصل.

موقع "إنسايت"، على سبيل المثال، وهو من بقايا مجلة مطبوعة توقفت عن الصدور كانت تملكها "كنيسة التوحيد"، تسببت في اضطرابات في يناير عام ٢٠٠٧ عندما قامت بنشر قصة مختلقة أطلقت عليها جريدة "نيويورك تايمز" عنوان "حملة التشويه الأولى والمجهولة لسباق الرئاسة عام ٢٠٠٨، قام موقع "إنسايت" بنشر قصة (بدون توقيع وعن مصدر لم يحدده)، مفادها الزعم بأن منظمي حملة "هيلاري كيلنتون" للرئاسة يقومون بإعداد حملة تشويه ضد منافسها عن الحزب الديمقراطي "باراك أوباما"، وتبعًا لرواية ذلك الموقع، والتي تم تكذيبها على وجه السرعة، فإن منظمي حملة "هيلاري كيلنتون"

يخططون لاتهام "باراك أوباما" بأنه ألتحق بمدرسة دينية إسلامية في إندونيسيا عندما كان طفلاً، وأنه يقوم بإخفاء هذا الأمر. وعلى الرغم من أن هذا التقرير تمت إدانته بواسطة الجانبين، ولم يتم تأكيده بواسطة وكالات الأنباء الأخرى، ولم يتم تأكيده بواسطة أية مصادر (لأنه لم يكن هنالك مصدر معروف)، وتلقفت "فوكس نيوز" الخبر، وقامت بإجراء حوارات مطولة في برامج الصباح الإخبارية، وفي "راديو أحاديث المحافظين".

إنه مما يسبب الإزعاج الشديد أنه في تطبيقات الجيل الثاني من خدمات الشبكة العالمية للإنترنت التي لا تتم مراجعتها، يتم تلفيق الشائعات والأكاذيب بواسطة محررين مجهولين (وبلا شك هواة) وتُمنح لهم الشرعية، ويتم نشر ذلك من خلال قنوات الإعلام الرئيسية، وكما يقول "رالف وايتهيد" أستاذ الصحافة بجامعة ماسوشستس لجريدة "نيويورك تايمز": "إذا أردت أن تتكلم عن نموذج عملي لصناعة الأذى وعلى نطاق واسع، فإنه ذلك الإنترنت".

عندما قام "تشارلز جونسون" وهو من مدوني الإنترنت المؤيد للحاخامات الإسرائيليين في "ليتل جرين فوت بولز"، قام باكتشاف صورة مزيفة عن الحرب في بيروت لمصور لوكالة رويتر يسمي "عدنان حاج"، استنتج عشرات الآلاف أن اتجاه الإعلام بأكمله مؤيد لحزب الله، ومؤيد لسوريا ومؤيد للإرهاب، ما فعله مصور وكالة رويتر من التلاعب لعمل صورة درامية وتقديمه لمحاكاة مضحكة، هو انتهاك مطلق لكل توقعاتنا من تقديم للحقائق والموضوعية في الصحافة" تم انتقاد "حاج"

بالطريقة المناسبة لما فعله، تم فصل كل من "حاج" والمراجع المشرف عليه بعد أن قامت وكالة رويتر بعمل التحريات الفورية اللازمة، كما أن كل الصور التي التقطها "حاج" طوال تاريخه الوظيفي بوكالة رويتر والبالغة ٩٢٠ صورة تم رفعها من موقع الإنترنت. مضت وكالة "رويتر" إلى خطوة أبعد لمنع مثل هذه الانتهاكات في المستقبل عندما طلبت من كل المصورين لدي الوكالة أو أولئك الذين يعملون بالقطعة التوقيع على قانون أخلاقي جديد تم تحسينه وإضافات بعض القيود الجديدة عليه.

وبالمقارنة لذلك فإنه على موقع (YouTube) يمكنك مشاهدة الآلاف من صور الفيديو القصيرة التي تمثل سيدات ورجالاً لبنانيين يبكون ويصرخون، يمسكون بين أذرعهم أطفالاً موتى، وفي موقع كهذا حيث لا مراجعات، ولا قانون أخلاقي يحكمها، أو مساءلة، أو أنظمة مشددة، فليست هناك وسيلة للمرء ليعرف أي هذه الأفلام تم تحريفها.

وكما توصلت "واشنطون بوست" إلى نتيجة مفادها أن موقع (YouTube) هو عبارة عن صندوق قمامة لأفلام الفيديو يستخدم صورة غريبة وغير منسقة، ولكل من يشابه "عدنان حاج" في الإعلام السائد هنالك الآلاف من الجدليين الهواة الذين يعرضون بضاعتهم الدعائية المشوهة على الشبكة العالمية.

وفي الحقيقة إن تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية قد وضعت العربة قبل الحصان، فالمعلومات الغزيرة والمربكة للعقل التي نثرتها على موقعها، ينقصها المعلومات التحليلية التي تستند إلى أساس

عـقلي، فكل المعلومـات الخام الأوليـة التي تـتـسم بالإثارة والموجـودة في صندوق قمامة (YouTube) سواء كانت حقيقية أم لا- ليست لها قيمة حقيقية بدون أن يقوم بتفسيرها خبير والتعليق عليها. فلا تعد مشاهدة طفل ميت من لبنان أو إسرائيل دليلاً يساعدنا على فهم الموقف المعقد فى صراع الشرق الأوسط.

في العصر الذهبي للإعلام كان الصحفيون الذين يتسمون بالاحترام مثل "إدوارد ر. مورو"، و "والتر كورينكايت"، مثقفين عظماء، يُعجَب بهم، ويثق بهم، ويبجلهم العالم كله، ولكن في عالم اليوم سيكون المشـهـورون هم من الفـئـات الدنيـا، حـيث نقص عـدد الذين يولون اهتمامهم إلى وسائل الإعلام التقليدية، وبدلاً من ذلك، فإن الكثيرين منا، خاصة أولئك الأمريكيين الأصغر سناً نستقي أخبارنا الخاصة من مـواقع مـثـل (Instapundit.com)، أو من (Daily Kos)، حـيـث يمكننا التأكد من أن الإثارة السائدة تتماشي مع طريقة تفكيرنا، سواء أكـان ذلك عن قـصـد أم لا ، فـإننا نبـحـث عن المعلومـات التي تعكس ميـولنا وآراءنا وتتطابق مع إدراكنا المشوه للواقع، فنحن نفـقـد تحفظنا المعتاد أو جدالنا العلمي عن الحقائق التي نتفق عليها، وبدلاً من ذلك فإننا نقوم بتخليد تحيز الآخرين، ويزداد تشرذم المجتمع المتحد إلى ٣٠٠ مليون وجهة نظر شخصية ضيقة، حيث يمتلك الكثير منا آراء قوية، ولكن أغلبنا يعاني من عمق الجهالة.

مكتبة بابل

في عام ١٩٣٩ كتب جورج لويس بورجس (أرجنتيني الجنسية من بيونس أيريس) مقالاً قصيراً استوحاه من نزعته الخيالية الأدبية بعنوان "المكتبة الشاملة" يتنبأ فيه بمخاوف المكتبة اللانهائية التي ليس لها مركز ولا منطق. ولكن تجد فيها فوضى المعلومات، "حيث تتألف من عدد غير محدد وربما لا نهائي من المعارض السداسية" .

تشير "المكتبة الشاملة" لبورجز إلى الإنترنت اليوم – المجهول والخاطئ والفوضوي والمسيطر. فهو المكان الذى تنعدم فيه الحقيقة الملموسة والصواب والخطأ والقانون الأخلاقي الحاكم. والمكان الذي تخضع فيه الحقيقة دائماً إلى التغيير والانتقائية. فهناك تشابه بين تجربة تصفح صفحات الإنترنت والتجول حول المعارض السداسية لمكتبة بابل لبورجز. الحقيقة مراوغة، دائماً نقرة واحدة وتذهب الشبكة.

حتى المدونات التقليدية ليست دائماً كما تبدو عليه فيمكن تزويرها أو إخفاؤها أو تمزيقها. فقد تصبح أدوات للشركات ووكلاء الدعاية السياسية أو لسارقي الهويات. والظاهرة الأحدث على الشبكة هي مواقع المدونات "splogs" وهي اجتماع كلمة spam أى مادة مرسلة، مع كلمة blogs أى مدونات وتولدت من البرمجيات التي منحت المستخدمين الفرصة لخلق آلاف المدونات كل ساعة، وكلمة splogs عبارة عن مدونات مزيفة تعكس الصورة الحقيقية للمدونات من خلال حيلة حقيرة تخدع بها أصحاب الإعلانات ومحركات البحث

وقيادة حركة المرور، وبالتالي تربح عائدات من الدفع لكل نقرة. ووفقًا لما يقوله باحث في جامعة الميريلاند، إن splogs تكون ٥٦٪ من المدونات النشطة، معرقلة بذلك محيط المدونات بما يقدر تقريبًا بـ ٩٠٠٠٠٠ موقع في اليوم. ويعتقد ديف سيفري، العضو المنتدب لشركة Technorati، أنها محرك البحث المهيمن الذي يفهرس المدونات، إن مواقع المدونات splogs تكون ٩٠٪ من المدونات الجديدة. وذكرت المجلة الإلكترونية أن "sploggers" قاموا ببناء أنظمة بيئية كاملة من الثرثرة والهراء غير الأخلاقي على الشبكة، التي صممت لإضاعة وقت الإنترنت وسرقة العائدات من أصحاب الإعلانات الأبرياء[١].

تعتبر flogs أول أقرباء splogs. و floggers هم bloggers الذين يزعمون أنهم يتمتعون بالاستقلالية، ولكنهم في الحقيقة مأجورون لحساب الراعي، شأنهم في ذلك شأن موظفي شركة Ede lman PR الذين هاجموا نقاد Wal-Mart عام ٢٠٠٦ بينما كانوا يتظاهرون بأنهم الجذور الأساسية للبلوجرز (العائلات العاملة لدى وول مارت) ولم تكن العلاقة التجارية بين مارت وأدلمان PR الشيء الذي كتب عنه أولئك الفلجرز في الفلجز.

وعمل موقع PayPerPost.com، شركة شبكة ٢,٠ تدعمها شركة رءوس أموال مشتركة لشركة في سليكون فالي هي شركة درابر فيشر جيرفيتسون، كوسيط بين أصحاب الإعلانات والمدونين حيث يدفعون للمدونين أي شيء من ٥ دولارات حتى ١٠ دولارات لكل بريد. وأطلق PayPerPost.com على نفسه "سوق

إعلان المستهلك" وبشكل أكثر دقة هو عبارة عن ممر ضيق مظلم على الإنترنت حيث يبيعون فيه البلجرز أرواحهم لأعلى مزايد .

ومن المدهش لك أيضًا أن تعرف أن أصحاب الإعلانات هم الآخرون ضحايا . فبقدر ما نركز على الطريقة التي يخدعوننا بها، اتضح أنهم يُخدعون أيضًا. وفي عام ٢٠٠٦ ، أثبتت شركة كليك فورنسيك الرائدة في خدمات المراقبة أن ١٤٪ على الأقل من الإعلانات المباعة عن طريق محركات البحث عبارة عن نقرات زائفة، تولد الأموال لشركة البحث دون إيجاد أي قيمة إعلانية حقيقية في المقابل"[١] .

وفي الواقع تتكون شبكة مواقع "تسجيل الحقول" السرية من الروابط فقط وتصاعد الإعلانات الكبيرة المعاد تدويرها، وتوجد على وجه التدقيق لتوليد المزيد من النقرات التي يدفع مقابلها أصحاب الإعلانات . وتنمو حيل نقرة الغش في كل من نطاقها وعددها . ولدى البعض، وفي حلقات "الدفع مقابل القراءة" يدفع غالبًا مئات أو آلاف الأعضاء المتفرقين في كل أرجاء العالم ليجلسوا أمام شاشات أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم وينقروا تكرارًا ومرارًا على الرابط . ولدى البعض الآخر، تولد البرامج الأوتوماتيكية التي يطلق عليها "كليك بوتس" كميات كبيرة من النقرات الزائفة المجهولة التي يتعذر اقتفاء أثرها عن النقرات اليدوية . مما يفضي إلى قيام الشركات التي تدفع لكل نقرة على إعلاناتها، بتقطير مبالغ هائلة وضخمة لشركات الإعلان عن النقرات التي لم تولد عائدات في المبيعات أو العملاء أو التفاعل الحقيقي .

كانت شركة MostChoice.com التى يقع مقرها في أطلنطا، من بين الضحايا. ففي عام ٢٠٠٦، لاحظ مؤسس الشركة، مارتين فليشمان، تزايد عدد النقرات من أماكن مثل كوريا الجنوبية وسوريا - ولاسيما لعبة الصور المقطعة،وذلك لأن شركة MostChoice تقدم خدماتها في الغالب للعملاء المستقرين في الولايات المتحدة. وبعد تعيين مبرمج لتصميم نظام يحلل طول وأصل كل نقرة على إعلان الشركة، اكتشف أن معظم الناقرين موضع الشك يتركون الموقع خلال ثوان ولم يتبع تلك النقرات اكتساب أي عملاء جدد أو أعمال. وبالفعل وقع فريسة لخطة نقرة الغش المتقنة - فقد كلف شخص ما شركته أكثر من ١٠٠ ألف دولار في مصروفات الإعلان دون جدوى. وهذه الحالة بعيدة جداً عن الخيال والغرابة. ووفقاً لما جاء في مجلة أيكونمست، أن نقرة الغش التي كونت ما يقرب من ١٠٪ و ٥٠٪ من جميع الإعلانات على الإنترنت في عام ٢٠٠٦- لتجمع ما بين ٣ مليار و ١٣ مليار دولار - قد تشكل التهديد الوحيد الأكبر على حيوية اقتصاد شبكة الإعلان المركزي ٢،٠ حيث جعلت Enron يبدو مثل الخطأ المستدير.

من سبلجز و فلجز إلى البوتنت والكليك بوت، تعرضت شبكة الجيل الثانى ٢،٠ على مستوى العالم للغزو من قبل الكذابين والمخادعين والمحتالين.

التيفو

وحفلات الشاي

قبل أن يوجد المحتوى الإعلامي المستقل والإعلانات المدفوع لها كل على حدة في خط موازٍ حيث يسهل التفريق بينهم. كانت الدعاية التجارية في التلفاز والراديو تستمر لثلاثين أو ستين ثانية لتفصل بين كل البرامج التقليدية التي تستمر لربع الساعة أو أكثر. وفي الجرائد اليومية والمجلات تخصص صفحات وأعمدة معينة للإعلانات والبعض الآخر يخصص للأخبار ومحتوى افتتاحية رئيس التحرير. وحتى في ثورة الإنترنت الأولى في التسعينيات، تم فصل المحتوى عن الشرائط الإعلانية أو الإعلانات المدفوعة في الفاصل. لم يعد ذلك حقيقيًا على شبكة ٢,٠ ووفقًا لما جاء في دراسة Pew Internet and American Life Project، أن في الوقت الذي تستطيع الغالبية العظمى من الناس التفريق بين البرامج المنتظمة والدعاية التجارية على شاشة التلفاز، وبين المحتوى المألوف والإعلانات في الصحف المطبوعة، لا يستطيع ٦٢٪ من متصفحي الشبكة التفريق بين المواقع المدفوعة وغير المدفوعة بين نتائج البحث [١٥].

والسبب وراء ذلك هو أن التكنولوجيات الجديدة لشبكة ٢,٠ مكنت أصحاب الإعلانات من تحويل المحتوى التقليدي إلى محتوى تجاري. وعند النظر في التكنولوجيا الجديدة المثيرة للجدل التي يطلق عليها الإعلان "داخل النص"، تسمح للشركات مثل ميكروسوفت

وتارجت لضمان كلمات رئيسية في المقالات الافتتاحية التقليدية حتى إذا حرك القارئ المؤشر فوق الكلمة الموضوع تحتها خط، تظهر الإعلانات المنبثقة. ومن وجهة نظر المستخدم، أن الرابط بين الكلمة الموضوع تحتها خط والإعلان ليس واضحًا في أغلب الأحيان. ولكن من وجهة نظر صاحب الإعلان، أنه طالما يشاهدون الإعلان، فالباقي لا يهم.

يرجع عدم وضوح الخطوط بين الإعلان والمحتوى بشكل جزئي إلى ازدياد عدم ثقتنا في التجار والإعلان. وفي يناير ٢٠٠٦، كشف أدلمان "PR "Trust Barometer تحولاً جذريًا اجتماعيًا، من الثقة في وسائل الإعلام التقليدية إلى الثقة في أنفسنا وأندادنا. وفي عام ٢٠٠٣، أقر ٢٢٪ فقط من الذين أجابوا عن الأسئلة من الأمريكان بأنهم يثقون في شخص مثلك أو مثل ندك." وفي يناير ٢٠٠٦، بعد مرور ٣ سنوات على ثورة الشبكة ٢,٠، تضاعفت هذه النسبة إلى ثلاثة أضعاف لتصبح ٦٨٪ (١٦).

تزايد لدينا الشك كمستهلكين في الرسائل التجارية فضلاً عن عدم تحملنا لها. وكشفت شركة Yankelovich المتخصصة فى بحوث السوق في تقرير لها لعام ٢٠٠٥، أن ٦٩٪ من المستهلكين الأمريكيين يهتمون بطرق إعاقة أو الانصراف عن اختيار عرض الإعلان." وكما وضح رئيس تحرير مجلة PR الأسبوعية قائلاً:

لقد شهدت السنوات القليلة الماضية شيئًا كالأزمة على شاشة التلفاز التقليدية والإعلان، ويرجع ذلك بدرجة كبيرة إلى كلمتين لم

تظهـرا للوجـود إلا في نصف العـقـد الماضي وهـمـا تيـفـو وبلوجـز. وتلك الظاهـرتان مثلتـا حـجـر الزاوية في التـحـول الحـادث في صيغ أكـثـر برامج التـسـويق بعيـداً عن الإعـلانات المركـزية التي تـسـتـمـر لثـلاثين ثانيـة على شـاشـة التلفـاز، وذلك تجـاه التـفـاعل الأكـثـر مرونة مع الجـمـهـور حـسن الاطلاع.

لقـد اسـتـوعـبـت صناعـة الإعـلان بالطبع الرسالة الخاصـة بالتـفـاعل "المرن". ومن أكـثر الأقوال المستشـهـد بها في عام ٢٠٠٤ للسيد جيمس ستينجيل، رئيس قسم الإعلان في شركة "بروكتر أند جامبل"، قوله الذى يقـر فـيـه بأن مـسـتـهـلكي اليـوم أقل تجـاوبـاً مع وسـائل الإعـلام التـقـليـديـة، وأن مـسـتـهـلكي شـبـكة الجـيـل الثـانـى ٢,٠ يحـتـضـنـون التـكنولوجـيـات الجـديدة التي تمنحـهم المزيد من التـحكـم في الكـيـفـيـة والوقت الذي يسوقون فيه."

وعلى أساس عدم ثقتنا فى الإعلانات التـقـليـديـة بسـبب التحدى الكـبـيـر الذى ابتكـرته شـبـكة ٢,٠ لوسـائل الإعـلام فـهى تعلن دون أن يبدو أنها تعلن ؛ وذلك من خلال إيجاد ووضع رسائل إعلانية تبدو من المحتوى الأصلي. والتـحدي والفـرصـة هو أن تفعل ذلك في الوقت الذي تبني حالة من الثقة فى المحتوى والماركات والرسائل التجارية. وبالطبع مثل هذه الموثوقية مخترعة اختراعًا مطلقًا.

وقام أحد المديرين التنفيذيين في إدارة العلاقات العامة بوكالة وبر شاندويك PR بوصف هذه الإسـتـراتيـجـيـة في مـجلة PR الأسـبـوعـيـة

قائلاً: تبذر السوق بعصابات إعلان ومنتج بديل وعلاقات عامة مثيرة. كما يقوم محرر المدونة المجهول على شبكة ويب ٢,٠ بتقديم البنية المثالية لهذا، لأنه إن لم نعرف من أنتج هذا المنتج فإننا على الأقل نقتنع بأن هذا المنتج ابتكره أناس مثلنا.

فالهواة يبيعون، وكلما ظهرت رسائل غير رسمية، ازدادت قناعة المستهلك بامتلاكها

ومثال على ذلك، وضع تسجيل الفيديو القصير "حفلة الشاي" على YouTube في بداية أغسطس ٢٠٠٦ تحت إدارة جوليان كريستيان لوتز، وهو متخصص في مجال موسيقى الفيديو وهو معروف بـ "Little x"، "حفلة الشاي" يهاجم فيديو الراب القصير مدينة كود كاب وفيه يحاكي بسخرية أسلوب حياة الشخصيات المرموقة في إنجلترا الجديدة، وقد تمت مشاهدته نصف مليون مرة في أول أسبوعين من بدء عرضه على YouTube ولكن "حفلة الشاي" لم توضع لتسليتنا فحسب. ففي الحقيقة، دفع السيد سيمرينوف للإعلان عن شراب الشعير الجديد الذي يطلق عليه RawTea وأنتجت الإعلان وكالة الإعلان العالمية لصاحبها بارتل بوجل هيجارتي ووصلت تكلفة إنتاج الإعلان إلى ٢٠٠٠٠٠دولار مما أثبت أول نجاح كبير للإعلان الفيروسي. وأدرك عدد قليل من المستهلكين أنهم يتعرضون للخداع بدرجة كبيرة.

لم تكن صناعة المشروبات هي الصناعة الوحيدة التي اعتنقت

إعـلان العـصـابات، بل قـامت Nike هي الأخـرى بعـمل فـيـديو ناجح مـشابه يصـور الأقـدام السـعـيـدة لنجم كـرة القـدم البـرازيلي رونالد لهـو تشجيع لمجموعة الأحذية الرياضية. وتضمنت فيديوهات YouTube الناجحة أضواء Sony والألوان التي لا مثيل لها، معلنة عن مجموعتها الخاصة من الشاشات التلفزيونية المسطحة Bravia، وكذلك فولكس فاجن " "Unpimp Your Ride تصـور مـوديل GTIالجديد الخاص بفولكس فاجن. وما قد يربك العين قليلة التمييز أن كل هذه الإعلانات التجارية تبدو وكأنها تسلية وترفيه. وتعتبر YouTubeنقلة تجارية كبيرة يرتدي ملابس وسائل الإعلام الديمقراطية. وهذا هو أقصى حد من الخيال نتخيله في عالم صناعة التسويق والإعلان.

أخبر تشاد هيرلي، مؤسس YouTube، الجريدة الأسبوعية -Ad weekقائلاً:

نعتقد أن هناك طرقًا أفضل نجذب بها انتباه الناس إلى الماركات هى إجبارهم على مشاهدة الإعلانات التجارية قبل رؤية المحتوى فنحن نريد أن نوجد نموذجًا نجذب به انتباه مستخدمينا ونخلق اتصالاً ذا طرفين بين أصحاب الإعلانات والمستخدمين.

ما يعتقده هيرلي هو أنه من الممكن أن ينهار كل من الإعلان والمحتوى بنجاح على YouTube؛ فالإعلان هو التسلية والتسلية هي الإعلان. فهذا النموذج من "الاتصال ذي الطرفين" وضع YouTube في حقيبة الإعلانات التجارية بالتلفاز؛ فكل شخص يستخدم -You Tube ليبيع منتجه وماركته بيع المتجولين.

وما جعل هذا مضللاً للمستهلكين هو أن الدفع مقابل الإعلان على YouTubeبدا لا يختلف عن باقي محتواه. وفي أغسطس ٢٠٠٦ [١٧] بدأ الموقع في بيع ما يسمى "إعلانات الفيديو التشاركية" (PVA)، والدفع للإعلانات التي يطلقها المستخدمون وتعرض على الصفحة الرئيسية. كان أول PVA فيلم يتحدث عن ديسوتوبيا (مكان تخيلى حيث تصعب الحياة ويحيا البشر به حياة غير عادلة وغير أخلاقية) التكنولوجيا ويطلق عليه Pulse، وتمت مشاهدة الإعلان ٩٠٠٠٠٠ مرة على مدار أربعة أيام في أغسطس ٢٠٠٦, وبالفعل لم يكتشف الاختلاف بين PVA ومحتوى YouTube النموذجي. لذلك هناك فرق بين محتوى الإعلانات التشاركية والإعلان على YouTube وشبكة " " Brand Channels التي أسست لتمكن أصحاب الإعلانات لبيع منتجاتهم على الشبكة فحسب. تم إطلاق أول إعلان في صيف ٢٠٠٦ ، وقام موقع ورنر براذرز بدفع ثمنه وأهداه إلى أول البوم خاص بباريس هيلتون "باريس" ومع موقعها Brand Channels، وحولت YouTube نفسها إلى شبكة تسوق ديموقراطية لا تفرق بين المحتوى المستقل والإعلان.

غير أن هناك اختلافًا أساسيًا بين الإعلان وبين المحتوى الذي يولده المستخدم ، فأحدهما عبارة عن رسالة مدفوع لها تم معايرتها بعناية لجذب الناس لشراء المنتج، بينما الأخرى عبارة عن تعبير عن المعلومات والإبداع أو الفن. فماذا حدث للحقيقة عندما بدأ السياسيون في شراء قنوات على YouTube لسب معارضيهم؟ وماذا حدث للكمال

الفني عندما قامت شركات الإعلام باستخدام YouTube لإذاعة استعراضات لمنتجاتها الخاصة؟

ومن المفارقة في وسائل الإعلام "الديمقراطية" أن بعض منتجي المحتوى لديهم قوة أكثر من المنتجين الآخرين. ففي وسائل الإعلام التي تفتقر إلى حارس أو رقيب، حيث غالبًا ما تختفي أو تتنكر الهوية الحقيقية للفرد، تصبح كبرى الشركات هي صاحبة القوة الحقيقية لما تمتلكه من ميزانيات إعلانية ضخمة. ومن الناحية النظرية، تمنح الشبكة ٢,٠ الهواة صوتًا، ولكن في الحقيقة لا يُسمَع إلا ذوو الأصوات العالية والرسائل الأكثر إقناعًا والأموال الوفيرة التي ينشر بها الإعلان.

حكمة الجماهير

وفي الشبكة العالمية ويب ٢,٠ ، أصبح الجمهور هو المرجع لنستوضح منه ما هو حقيقي وما هو كاذب. فمحركات البحث مثل جوجل الذي تتم إدارته على أساس اللوغريتمات التي تصنف النتائج وفقًا لعدد الأبحاث السابقة ولا تجيب عن تساؤلات البحث بما هو حقيقي لدرجة كبيرة بل بما هو أكثر شعبية. ونتيجة لذلك، شكلت الإجابات المجمعة معرفتنا عن كل شيء من السياسة إلى الشئون الحالية ومن الأدب إلى العلوم. حيث يعتبر محرك البحث سجلاً تاريخيًّا كميًّا عن الأسئلة السابقة، لذلك كل عروض محرك البحث هي نظام كبير يفيدنا بحكمة الحشد. وفيما يخص الروابط التي ننقر عليها والمواقع التي نزورها، جوجل هو المرآة الإلكترونية لأنفسنا.

ولكن المشكلة هي أن جيل ويب 2.0 يأخذ نتائج محرك البحث كالكلام المقدس. فتخيل أن طفلك يكتب ورقة عن الرئاسة الأمريكية وأدخل كلمات مثل "البيت الأبيض" ليعرف المزيد عن المكتب التنفيذي، ثم أراد أن يدخل على أول ثلاثة روابط من التى أظهرها محرك البحث، حسناً فإن الرابط الثالث من جوجل سوف يأخذ ابنك إلى موقع whitehouse.org وهذا الموقع مخصص للأخبار الملفقة والشائعات والعناوين العدائية.

والأهم من ذلك أن محرك بحث جوجل يمكن التلاعب به أو إفساده « تفجير موقع جوجل يعنى ببساطة ربطه بأعداد كبيرة من المواقع عن صفحة معينة، وتزداد أهمية البحث عن أى موقع فى النتائج التى يظهرها محرك البحث جوجل؛ لذا يستطيع أى إنسان لديه معرفة فنية بسيطة يمكنه أن يشكل ويعيد ترتيب ديمقراطية الإنترنت من خلال ربطها بصفحات معينة أو من خلال تشعبات مكررة حسبما يريد أن يظهره أولاً فى محركات البحث جوجل، فهؤلاء المهاجمون يحاولون إفساد الحكمة المتراكمة لدى جوجل.

بدلاً من المحتوى الخاص بالمستخدم، وما يمثله قصف جوجل هو نوع أخر من الفساد الذي يأتي به المستخدم، UGC . أصبح قصف جوجل إستراتيجية شعبية لمحاولة تغيير الرأي الشعبي. وفي انتخابات الكونجرس لعام ٢٠٠٦، على سبيل المثال، حاول قاذفو جوجل على مدونة جماعة الأحرار التي يطلق عليها MyDD.com إضعاف الثقة في مرشح الجمهوريين في مجلس الشيوخ ويدعى جون كايلا وذلك من خلال التلاعب باللوغاريتم وبالتالي عندما يبحث المستخدمون عن

اسمه، يظهر مقال نقدي لاذع نشر في جريدة Phoenix New Times بين أول الروابط. ويعتبر قصف جوجل من الأمثلة الطريفة التي لا تقل عن كونها عملية لدفع جدول الأعمال، حاول إدخال مصطلح "الفشل البائس" إلى جوجل وانظر ماذا سيظهر.

إن مواقع الأخبار الاجتماعية" او مواقع "المفضلات الاجتماعية" مثل موقع Digg، Reddit، Delicious، والموقع الذي أطلق من جديد Netscape.com، والتى تعتمد على السلوك الجماعي للمستخدمين فى تقويم الأولويات للمقالات التي يعرضونها، وكذلك الحد من إمكانية حصولنا على المعلومات الصحيحة والمتوازنة. وتقوم تلك المواقع بتتبع عادات القراءة للمستخدمين وتقدم توصيات تعتمد فيها على ما تجمع لديها من الموضوعات التى يفضلها المجتمع ككل، غير أن هذه الطريقة لا يمكن الاعتماد عليها حتى نظل مطلعين، فإذا تركنا غاياتنا الفردية لحكمة الجماهير فإن تزايد معرفتنا يصبح ضيقًا ومحدودًا، والنتيجة هى أن رؤيتنا للعالم وإدراكنا للحقيقة بات مشوهًا بشكل قميء.

وبالنسبة لادعاءاتهم - ولكى تكون ديموقراطيًا وأمينًا - فإن تلك المواقع الاجتماعية ومحرريها المجانين يسعون لتكوين إعلام فاسد وتحقيق منفعة لفئة قليلة.

إن مواقع الأخبار الاجتماعية مثل Reddit و Digg يسيطر عليها ما نسميهم المؤثرين أو أصحاب النفوذ، إنهم أناس يرفعون قصصًا معينة وبشكل متكلف، ويضعونها على محركات البحث المفضلة.

تبعًا لتحليل جريدة "وول ستريت" فإن هناك أكثر من ٢٥٠٠٠

توصية على ٦ مواقع اجتماعية، وشلة صغيرة تتكون من ٣٠ مستخدمًا على Digg، وهو مجتمع به ٩٠٠٠٠٠ مستخدم، وهم مسئولون عن ثلث الكتابات في الصفحات الرئيسية بأسرها. وعلى موقع Netscape.com، هناك مستخدم واحد – له اسم شاشة "Stoner" مسئول عن ٢١٧ (١٣٪) من جميع القصص الموجودة على القائمة الأكثر شعبية على الموقع على مدار ١٤ يومًا. وأظهر بحث نشر في جريدة وول ستريت أن تلك المواقع تعكس مفضلات عدد قليل من المستخدمين ولا تعكس "حكمة" الجماهير.

ومن أكثر الأشياء إزعاجًا في كافة مواقع الأخبار الاجتماعية هي أن العديد من المؤثرين يصيدون المحركات لتعزيز جدول أعمالهم. ووفقًا لما جاء في تقرير ورد في جريدة وول ستريت، أن بعض شركات التسويق يبيعون حاليًا "عرض الصفحة الرئيسية" على Digg، والآخرون يدفعون علنًا للمؤثرين لترويج القصص. وفي أكتوبر ٢٠٠٦، على سبيل المثال، بدأ مستخدم Submitter.comدفع ١٠ سنتات لمستخدمي Digg عن كل توصية قصة. وذات مرة صنف أحد كبار الطلاب في مدرسة ثانوية يبلغ من العمر ١٧ عامًا ويدعى الينيوس، المستخدم رقم ٢ على Digg، وتدفع له الآن Netscapeراتبًا شهريًا بقيمة ١٠٠٠ دولار امريكي لمجرد أن يضع توصياته على موقع Net-scape. من الواضح أن حكمة الحشود ما هي إلا وهم – ولم يعد المؤثرون المجهولون على موقع Diggو Reddit موضع ثقة فضلاً عن المحررين الهواة على موقع Wikipedia أو منتجي الأفلام الهواة المجهولين على Youtube.

ولكن حتى مع مثل هذه الأمور "حكمة العوام" فهل يجب أن نثق

فيها، الإجابة بالطبع لا . فقد أثبت التاريخ أن العوام ليسوا دائمًا حكماء، وبعد كل هذا فكثير من الآراء الطائشة مثل: العبودية، ووأد الأطفال، وحرب جورج بوش فى العراق، والمغنية برتينى سبرز- كلها كانت آراء مألوفة لدى الناس، ولهذا فإن المحتكمين للحقيقة يجب أن يكونوا خبراء، أولئك الذين يتحدثون من واقع معرفة وسلطة، وليس أولئك الذين فازوا فى مسابقات جماهيرية.

فى عام ١٨٤١ كتب صحفى أسكتلندى يدعى "تشارلز ماكاى" نقداً رائعًا عن "طيش الجماهير" بعنوان "الأوهام الشعبية العجيبة" (١٩) .

وقد استشهد "ماكاى" جنون الإقبال على شراء زهرة التيوليب الهولندية وشركة South see (*) ليدلل على أن المجتمعات تركز تفكيرها فجأة على هدف واحد وتلهث فى السعى لتحقيقه. لو كان ماكى بيننا اليوم لأضاف الويب 2.0 إلى قائمة أوهام العوام التى أسرت الجماهير.

ثمة تحريف للوهم الرقمى الكبير الذى نعيشه اليوم، فمع الويب 2.0 فإن الجنون هو سقوط الجماهير فى هوى تلك الثوره.

فهل هذه حقًّا حكمة الجماهير؟

* * *

(*) شركة مُنحت احتكار التجارة فى بحار أمريكا الجنوبية ضمن معاهدة مع إسبانيا فى عام ١٧١١ كان همها الأكبر تعويض خسارة المستثمرين الإنجليز من خلال نقل العبيد من غرب إفريقيا إلى أمريكا. (المراجع)

٤

يوم ماتت الموسيقى (أ)

"على لوحة ضخمة معلقة على ناحية "لى آند كولمبس" في سان فرانسيسكو تقرأ عبارة: "أضخم متجر معروف على نطاق العالم مواعيد العمل من التاسعة صباحًا حتى منتصف الليل، ٣٦٥يومًا في السنة .

عند افتتاح المتجر في إبريل عام ١٩٦٨ لم يكن مظهر بنائه جذابًا مثل تسجيلات تاور التي انتشرت في ثلاث بنايات في قرية جرينويتش في نيويورك، والذي كان أول من يعرض الإصدارات الجديدة بصورة منتظمة، كما لم يكن متجراً يرتاده النجوم كما هو الحال مع متجر تاور للتسجيلات الذي يقع في شارع سانسيت ستريب في لوس أنجلوس، غير أنني كنت أعتبره أكبر متجر تسجيلات في العالم، إذ كنت أقصده في بداية التسعينيات بصفتي كاتبًا وناقداً موسيقيًّا لزيارة قسم الموسيقى الكلاسيكية الذي يزخر بعدد كبير من التسجيلات، وأيضًا لأتعرف على الإصدارات الجديدة من موظفي تاور المطلعين، وألتقي بالكتاب الآخرين، وأحضر الزيارات السنوية لنجوم الأوبرا من أمثال لوسيانو بافاروتي أو رينيه فليمنغ. وكانت ردهات المتجر تمتلئ بالأسطوانات ثم بعد ذلك بالأقراص المدمجة، وشغلت المساحات الفارغة الصور الإعلانية

المفرغة والمعلقة على حوامل للألبومات الجديدة والفنانين المحبوبين.

والواقع أن دافيد شولين لديه ذكريات مماثلة عن متجر سان فرانسيسكو. وهو أحد مشاهير صالة مشاهير الروك آند رول الذي حصل على لقب الرجل ذى الأذن الذهبية، كما أنه هو الذي غير هيئة برامج الموسيقى في الإذاعة. يتحدث دافي شولين عن ذكرياته قائلا:

يتحول المتجر في ليالى الجمعة إلى حفل. فإذا ذهبت إليه آنذاك ترى جمعا من الناس وترى الردهات مزدحمة والإصدارات الجديدة معروضة. وهو مشهد لا يمكن وصفه لمن لم يشهده[١].

ولكن اليوم عندما قصدت ناصية شارع باي آند كولومبس واتجهت إلى متجر تاور العزيز على قلبي حيث شهدت بافاروتي وفليمنغ وفرقة U2 ورولينغ ستونز ومادونا وأريثا، رأيته وقد قضي نحبه، إذ رأيت لافتات كئيبة تتألف من الألوان الأرجوانية والحمراء والصفراء على نوافذ المتجر، معلنة لحنًا رتيبًا:

تخفيضات على كل شيء

لن نحتفظ بشيء

فكل شيء لا بد من بيعه

التصفية الشاملة لكل البضاعة

كانت السيدة البدينة – قبل أسبوع تردد تلك الأغنية.

المبلغ المطلوب حاليًا هو ١٣٤٫٣ مليون دولار نقدًا.

وقد استمر الالتزام مدة ثلاثين ساعة. وما إن تناثرت أوراق مارثون المزايدة في قاعة مجلس إدارة المؤسسة القانونية ألقيت رابطات العنق والسترات على ظهور كراسي الموظفين في المزاد. كما تناثرت صناديق بقايا فطائر البيتزا، وعلب الصودا الفارغة . ولكن بدت النهاية واضحة. فبعد استمرار المزايدة طوال النهار، ولكن انهار اثنان من المزايدين.

قالوا عنها مزاد إفلاس، ولكن في الحقيقة كانت الصورة الأخيرة للعرض، اليوم حينما انتهت آخر معزوفة موسيقية. في تمام الساعة ٨ صباح يوم الخميس الموافق ٣ أكتوبر ٢٠٠٦، تسجيلات تاور حيث كنا نشتري أسطواناتنا الموسيقية وأحلامنا منذ أكثر من نصف قرن، كلها انهارت فجأة تحت المطرقة للمرة الأخيرة. وقد ظهر سبعة عشر من المزايدين في مكاتب أكبر شركة محاماة في ديلاوار في وسط ويلمينجتون للمزايدة على بقاياه. وعند الساعة ٤ مساءً من يوم الجمعة الموافق ٤ أكتوبر، لم يصمد سوى مصفي واحد وبائع بالتجزئة صغير.

كانت المحطة الأخيرة لرحلة تاور من مجرد قسم مبيعات تسجيلات في مستودع أدوية ساكرامينتوا إلى أشهر بائع تجزئة موسيقى في أمريكا، وأخيراً ضحية الثورة الرقمية. لو أن هناك أدنى عدالة ممكنة لأقيم المزاد في eBay، ليأتي بنهاية رقمية مناسبة لقصة التاور الحزين. النهاية التي حلت بالمتجر الذي كان مرادفًا لاختيارات عريضة وعميقة في كل أنواع الموسيقى؛ من موسيقى ا الجاز إلى موسيقى الريف الامريكي والموسيقى الكلاسيكية والأوبرا إلى موسيقى الراب وموسيقى الهيفي ميتال (من أنواع الموسيقى الروك).

ولقد بدأ تراجع مبيعات بائع التجزئة منذ منتصف التسعينيات، حين ظهر الإنترنت. كما تضررت أعماله بفعل المتاجر الكبيرة منخفضة التكلفة مثل وول مارت. ولكن الثورة الرقمية تقف على رأس المتهمين بالتسبب في زوال متجر تاور. كان متجر تاور للتسجيلات بائع تجزئة متخصصاً، لذا لم يستطع التنافس مع قرصنة الثورة الرقمية أو الأسعار المنخفضة التي يوفرها بائعو الإنترنت مثلAmazon.com و iTunes.

ومن الجدير بالذكر أنه بين عامي ٢٠٠٣ و ٢٠٠٦، صفى ٨٠٠ متجر مستقل أعماله للأبد. وأصبح متجر التسجيلات المستقل نوعاً مهدداً بالانقراض، وخصوصا في كاليفورنيا، التي شهدت إغلاق ربع متاجر الموسيقى بها بين عامي ٢٠٠٣ و ٢٠٠٦، إذ تم إغلاق ٣٧٨ متجر تسجيلات على المستوى القومي خلال أول خمسة أشهر من عام ٢٠٠٦، ثم تبع ذلك إغلاق ١٠٦ متاجر خلال عام ٢٠٠٥ . ومن المثير للسخرية أن المتجر الوحيد المزدهر في الوقت الحالي هو متجر سوني BMG على الموقع الإلكتروني SecondLife.com، وفيه يحاول بعض المواطنين العمليين إعادة الحياة إلى متجر التسجيلات الحقيقي.

قال توماس سبيناتو، وهو صاحب ساوند تراك وهو متجر تسجيلات مستقل في بروكلين لجريدة نيويورك تايمز في يوليو ٢٠٠٦. "لم نعد نرى أطفالا".

وذلك لأن الأطفال يجلسون في منازلهم أمام الكمبيوتر ويتشاركون في ملفات الموسيقى الرقمية فيما بينهم سواء بصورة قانونية أو غير قانونية أو يقومون بتحميل أغانٍ من موقع iTunes مقابل ٩٩

قرشًا.

كما تراجعت مبيعات الاسطوانات المدمجة بنسبة ٢٥٪ بين عامي ١٩٩٥ و ٢٠٠٥ . وبين عامي ١٩٩٩ و ٢٠٠٥، انخفضت مبيعات الموسيقى بمعدل ٢,٣ مليار فكانت ١٤,٦ مليار دولار أمريكي وانخفضت إلى ١٢,٣ مليار دولار أمريكي. وانخفضت مبيعات الموسيقى العالمية بمعدل ٤ بالمائة في النصف الأول من عام ٢٠٠٦، كما انخفضت عائدات الموسيقى المباعة في أشكال مادية بنسبة ١٠ بالمائة(١) .

وبعد الظهيرة يوم الجمعة الذي تم فيه مزاد متجر تاور، كانت المزايدة على السلسلة ارتفعت بزيادة تصل إلى ٥٠٠ ألف دولار أمريكي.

وقد ارتفع السعر على المنضدة ليصل إلى ١٣٠ مليون دولار أمريكي. وكان مبلغًا مقيتًا، إذ قام فوربيس بتثمين الشركة في عام ١٩٩٠ بمبلغ ٣٢٥ مليون دولار أمريكي. ولكن المبيعات التي كانت في نطاق مليار دولار أمريكي سنويات خلال التسعينيات انخفضت إلى أكثر من النصف منذ بزوغ الثورة الرقمية فهبطت إلى ٤٣٠ مليون دولار أمريكي في ٢٠٠٥ .

وبقي طرفان في المزاد وهما مجموعة شركات جريت أمريكان، وهي مصفي كاليفورنيا و شركة تارنس وورلد إنترنتينمنت وهي بائع تجزئة غير متخصص في نيويورك، وقد قامت بالفعل بتجميع سام جودي

وويرهاوس ميوزيك. وكانوا يزايدون على كل شيء: جميع الأسطوانات المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية والكتب في المتاجر الباقية التي تبلغ ٨٩ متجرا في عشرين ولاية وكذلك اسم متجر تاور.

كل شيء معروض للمزايدة عدا موظفي متجر تاور البالغين ٣ آلاف موظف (بما في ذلك المؤسس روس سليمان البالغ من العمر ٨١ عاما) ، وهم أهم جزء في الشركة، غير أنهم كانوا عديمي القيمة بالنسبة إلى المصفيين في مزاد ديلاوار.

وعند الساعة ٤ مساءً تقريبا بعد ظهر يوم الجمعة رسى المزاد على ترانس وورلد إنترتينمينت. وتم بيع متجر تاور مقابل ١٣٤٫٣ مليون دولار أمريكي. وأعلنت مجموعة شركات جريت أمريكان على الفور عن رغبتها في التصفية. وهكذا، انتهي متجر تاور للتسجيلات.

بعد حفل شواء للشركة في ساكرامينتو وصفه الحاضرون على أنه مأتم، كتب سليمان بريداً إليكترونيًّا يفيض بمشاعر الحزن الشديد إلى جميع موظفيه:

لقد أنشدت السيدة السمينة .. وكانت نشازاً

شكراً.. شكراً .. شكراً.

وفي متجر سنسيت بوليفارد، انتصبت لافتة خط عليها "إنها نهاية العالم الذي نعرفه. نشكركم على ولائكم". وأنشئ على الرصيف ضريح زائف نقش عليه "تاور". وعند موقع المتجر الأساسي في

نيويورك، قبعت النوافذ المطلية سوادا في هذا المجمع في المدينة الذي كان يعج فيما مضى بالزبائن.

تراص الزبائن داخل المتجر القائم في شارع باي آند كولومبس ينهشون في جثة متجر تاور، أقراص الفيديو الرقمية بتخفيض ١٥٪ والكتب والمجلات بتخفيض ٣٠٪. وكان مشهداً يثير الرثاء. وقفت إلى جانب رف تكدست به بعض الأسطوانات من روائع الموسيقى في أعظم أيامها، فتراصت الأسطوانات المضغوطة لأغاني Dark Side of the Moon غناء بينك فلويد وأغنية Abbey Road للبيتلز. شبت في ذهني فكرة إجراء بحث في الموقع على المتجولين عن ميراث تاور.

سألت العديد من المتسوقين: "ما هو أكثر ما سوف تفتقده؟"

أجابوا قائلين: "الاختيار، الكاتالوج الكبير ... بائعون يعشقون الموسيقى... مجموعة الاختيارات الجميلة ... ليالي الجمعة، والتجول في المتجر بين المعروضات بعد الظهر في أيام السبت الممطرة... روعة اكتشاف ألبوم أو مجموعة جديدة".

ولا شك في أن جميع عشاق الموسيقى ينعون اختفاء مجموعة الاختيارات الموسيقية الفريدة. وقال أحد المسئولين التنفيذيين: "إذا كنت ترغب في سماع أصوات ضفادع أشجار الأمازون، تجدها لدينا".

وسوف نعاني أيضًا افتقاد خبرة موظفي تاور، من الكاتب الذي

يبدو كما لو كان قد خرج لتوه من روايات نيك هورنسبي التي حققت أفضل مبيعات وفيلم High Fidelity، والرجل الذي سبق الجميع واستمع إلى كل جديد، والذي ينقل هذه المعرفة الخبيرة إلى سائر أشخاص العالم والأشخاص المسئولين عما أسماه ديف مارش، الناقد العظيم لموسيقى الروك، "المرحلة الانتقالية للموسيقى" من جيل إلى آخر، وهو ليس بالأمر الهين. أقر آن باورز ناقد موسيقى الروك في صحيفة لوس أنجلوس تايمز قائلاً: إن أحد الكتاب في فرع تاور في سيتل غير حياته عندما حول انتباهه إلى إلفيس كوستيللو والكلاش.

إن المنوعات لشركة "تاور" لن تتكرر. ربما لن يستطيع إنسان أن يوفر القيمة النفيسة للكتالوج أحسن من آن باورز- التى عملت فى شركة "تاور" تقول بنفسها: "إن الكتالوج الضخم كان يخصص للمتسوق العادى وعازف موسيقى جاز يبحث عن موسيقى من شركة "أميركان كليف" وشخص هيبز يتصفح واردات جاميكا، شاب خشن الطبع يبحث عن أى موسيقى جيتار سريعة ومنشدين يصرخون السماح للمشترين- وهم فرقة من الموسيقيين الطموحين، والبوهيميين وطلاب الجامعة الراغبين فى أجور التجزئة أن يكونوا قريبين من تلك الموسيقى - لملء الأرفف بخليط لا نهائى من كل نوع من أنواع الموسيقى التي يمكن تخيلها، وبذلك خلق متجر تاور مكانًا ملموسًا تجتمع فيه أنواع الموسيقى على اختلافها، يجد فيه غريبو الأطوار المتكبرون والمستمعون العاديون ما يبتغونه ويتم خدمتهم على قدم وساق.

ومن المثير للسخرية أن مجتمع الكاتالوج الكبير الذي وصفه باور يبدو مماثلاً لرؤية سليكون فالي عن المستقبل الرقمي. وفي الواقع، قد تكون المجموعة الكبيرة من الاختيارات الموسيقية اللانهائية لكريس آندرسون لقطة حالية لمتجر تاور الراحل الذي كان يقع في باي آند كولومبس.

غير أن ميراث متجر تاور يمثل في حقيقة الأمر نهاية وليس بداية. ووفقًا لبعض التقديرات، كان متجر تاور يعرض ما يقرب من ٤٠ إلى ٥٠ بالمائة من سوق ماركات الموسيقى المتخصصة بأكمله. ومع إغلاق محل تاور فقدت هذه الماركات المتخصصة نصف أعمالها في الوقت نفسه. ولا تعرف هذه الماركات بين الموسيقى الكلاسيكية والجاز والأوبرا والهيب هوب والموسيقى العالمية والأنواع الأخرى كيف سوف تسوق منتجاتها للمشترين. والحقيقة المحزنة هي أنه مع رحيل متاجر التسجيلات المادية، قد تتقلص الاختيارات المتاحة لدينا، وتقل الماركات ويظهر اقتصاد البيع بالتجزئة الرقمي الذي يخضع لهيمنة الأقلية والذي تهيمن عليه Amazon.com وiTunes وMySpace.

ويقول لنا كريس آندرسون متفائلاً، أنه يتسنى الآن للماركات الصغيرة البيع مباشرة، فلا تضحي بهوامشها للوسطاء، بيد أن ذلك يتطلب مهارات تسويق واستثماراً في البنية التحتية لمواقع الإنترنت ومبيعات مباشرة وخبرة متخصصة لا تتوافر لأغلب الماركات المحددة. ومن التوابع المحتملة الأخرى الناتجة عن إغلاق متجر تاور زيادة اندماج الماركات الكبرى، وهو تطور عكسه اختيار مجموعة بيرتلسمان الألمانية

للإعلام ببيع حقوق النشر إلى الموسيقى التي تملكها مجموعة BMG للنشر إلى فيفيندي العالمية للموسيقى في مقابل ٢,١ مليار دولار أمريكي لتقوم بتجميع أموال لشراء أحد شركائها الأوربيين.

يزعم كريس آندرسون في كتابه The Long Tail أن مستقبل الموسيقى يقبع في الاختيارات اللانهائية للمتاجر المعروضة على الإنترنت مثل Amazon.com أوiTunes . وقد يكون ذلك حقيقيًّا. ولكن ينقص هذه المتاجر المعروضة على الإنترنت موظفو تاور عميقو المعرفة الذين يمثلون عوامل مؤثرة على الذوق. وعوضًا عن ذلك، تعتمد اختيارات شرائنا على نقاد Amazon.com المجهولين، وهو بديل هزيل للتعامل الملموس الذي كان متجر تاور يوفره.

اللعبة في قاع علبة رقائق الذرة

في صباح يوم سبت، وجدت نفسي جالسًا أمام جيرد ليونهارد الذي يدعي أنه ناقد مستقبل الموسيقى في مقهى تريستي في سان فرانسيسكو. وهو كاتب مستقبل الموسيقى، وهو بمثابة بيان يتخيل فيه العالم وقد أصبحت فيه الموسيقى منفعة عامة مثل الماء والكهرباء.

وكانت هذه أفضل نقطة نتحدث فيها عن أعمال الموسيقى المسجلة. يقع المقهى في قلب الشاطئ الشمالي للمدينة على بعد بضعة بنايات إلى الجنوب من متجر تاور الراحل في شارع باي آند كولومبس،

ويعد هذا المقهى الإيطالي علامة مميزة في سان فرانسيسكو.

تغطي الأرضَ والأسقفَ صورٌ بالأبيض والأسود لمغنيات الأوبرا القدامى. يشتهر مقهى تريستي بحفلات يوم السبت الموسيقية التي تقام في المساء حيث يقوم مغنيو الأوبرا بتقديم عروض مجانية لجمهور المقهى.

"ستكون الموسيقى مفيدة مثل الماء والكهرباء - لأنها أساسية- فحاليًا فقط شخصان من كل عشرة أشخاص يشترون الموسيقى التى يفضلونها" بينما أحد أتباع المستقبلية ارتفع صياحه على الضجيج، ولكن تسعة ونصفًا من عشرة مهتمون بالموسيقى، والجنس والألعاب- إنه أمر عظيم على الإنترنت".

الواقع أن تقدير ليونهارد لعدد الأشخاص الذين يشترون الموسيقى يتسم بالتفاؤل. وفقًا لتقرير ٢٠٠٦ المشترك الذي أصدره باحثو الاتحاد الدولي لصناعة التسجيلات الصوتية في أوربا و اتحاد صناعة التسجيل الأمريكية، يتم تنزيل أربعين أغنية في مقابل أغنية قانونية واحدة. وبذلك يتراكم الرقم فيصبح ٢٠ مليار أغنية تم تسجيلها بصورة غير قانونية في ٢٠٠٥، مقارنة بالسوق الرقمي القانوني البالغ ٥٠٠ مليون أغنية، بما يحقق ١,١ مليار من العوائد، وهو رقم تافه.

تخيل التأثير على أرباح مقهى تريستي إذا دفع واحد فقط من أربعين ثمن مشروبات الكابتشينو المقدمة لهم. ولكن هذا هو واقع الاقتصاد الرقمي. وهو السبب في أن صناعة الموسيقى المسجلة لا

ينتظرها مستقبل مالي مبهر.

تعرض iTunes الأغنية بسعر ٩٩ سنتًا، وبذلك فالأغاني الرقمية التي تبلغ قيمتها ٢٠ مليارًا التي يتم سرقتها في العام الواحد تتراكم لتصل إلى ١٩,٩٩ مليار سنويًا، وهي مرة ونصف أكثر من عوائد صناعة التسجيلات الصوتية في الولايات المتحدة البالغة ١٢,٢٧ مليار دولار في عام ٢٠٠٥ . وبذلك يتم سرقة ١٩,٩٩ مليار دولار سنويًا من الفنانين والماركات والموزعين ومتاجر التسجيلات. وعام تلو الآخر تختنق صناعة الموسيقى بأكملها التي قدمت تسجيلات الجميع من الخنافس وبينك فلويد والكلاش إلى لوسينيو بافاروتي وماريا كالاس، وذلك بفعل أكثر اللصوص وقاحة على مر التاريخ.

تحدث إليَّ جيرد ليونهارد مارًّا بيديه على الجمع الغفير حولنا وقال: "انظر حولك، لم يسبق للموسيقى أن كانت على هذا القدر من الرواج".

وفي الواقع كان يبدو أن أداء المغنية يوقع سحرًا في حضور مقهى تريستي. ولكن المشكلة هي أنه لا يدفع أي شخص مقابلاً لذلك. ولم يتم دفع أية أموال سوى مقابل مشروبات الكابتشينو والمعجنات والصودا. ولا يختلف ذلك عما يحدث على نطاق أوسع على الإنترنت، فقد انخفض قدر الفن والثقافة إلى مجرد وسيلة لبيع منتجات أخرى.

هل هذا هو مستقبل الموسيقى؟ هل أصبحت وسيلة ترويج لبيع

أشياء أخرى؟ وعوضا عن أن تكون من المنافع العامة مثل الكهرباء والمياه، قد تصبح الموسيقى في ثروة الويب لعام ٢٠٠٠ مساوية للعبة البلاستيكية التي توجد في قاع علب رقائق الذرة.

أصبحت القرصنة الرقمية ومشاركة الملفات من خدمات BitTor-rent و eDonkey و DirectConnect. و Gnutella وLimeWire وWoulSeek الحقيقة الاقتصادية الرئيسية في صناعة التسجيلات. ولذلك انخفضت متاجر الموسيقى في أمريكا بنسبة ٢٥٪ عنه في عام ٢٠٠٣ . وذلك هو سبب قيام الاتحاد الدولي لصناعة التسجيلات الصوتية في أوربا برفع ٨ آلاف قضية جديدة على الذين يحملون التسجيلات بصورة غير شرعية في أكتوبر ٢٠٠٦ فقط. وذلك السبب في أنه في النصف الأول من عام ٢٠٠٦، انخفضت شحنات الأسطوانات المدمجة والأشكال المادية الأخرى من الموسيقى بنسبة ١٥٫٧ ٪ عنه من النصف الأول من عام ٢٠٠٥[٥]. ولذلك أيضًا لم يعد يوجد محور ثقافي في ناصية شوارع بي آند كولومبس في سان فرانسيسكو.

ويبدو أن المقولة " إذا لم تستطع هزيمتهم انضم إليهم" أصبح شعار صناعة التسجيلات. وقد انحدر الموقف إلى الحضيض، إذ أصبحت الماركات تضع طعمًا أو ملفات مزيفة تحتوي رسائل من شركات إعلان عن مواقع نظيرة. على سبيل المثال، قام مغني الراب جاي زيد بتشكيل اتحاد مع كوكا كولا في ٢٠٠٦ وافق فيه الفنان التابع لمجموعة

يونيفيرسال الموسيقية على أن يسمح بتوزيع كليب على الهواء من عرض في قاعة مدينة نيويورك الموسيقية الإذاعية في مواقع نظيرة. وقد صحب هذا الكليبَ إعلانٌ عن كوكا كولا، وبذلك أصبح وسيلة تسويق لشركة المشروبات الغازية لكي تسوق رسالتها إلى لصوص الموسيقى. وتقوم علامات تجارية معاصرة أخرى شهيرة، بما في ذلك أوديوسليف وأيس كيوب ويليوكارد، ببيع الإعلانات وفي ذلك فهي تفوق القرصنة.

شرح محامي جاي زيد هذه الإستراتيجية قائلا: "المراد هنا أن نستفيد من شبكات الند للند مناسبة لنا". في حين أن مستخدمي شبكات الند للند يسرقون الممتلكات الفكرية، فهم أيضًا جمهور الموسيقى النشط".

وبما أنه يتم دفع ثمن أغنية واحدة من كل أربعين أغنية، تعد الموسيقى الرقمية مجانية سواء أرضيت أم أبيت. تعد الموسيقى بالنسبة إلى ثمانية وتسعين من العملاء أقل تكلفة من الكهرباء والماء. وعلى صناعة التسجيلات الموسيقية مواجهة هذه الكارثة الاقتصادية المرتقبة. تعد شركة يونيفيرسال للموسيقى أكبر العلامات التجارية، وتقدم ملايين الأغاني من إمينيم وهانك ويليامز، وقد أعلنت في سبتمبر ٢٠٠٦ الماضي أنها تعتزم توزع الكاتالوج الخاص بها على الإنترنت مجانًا من خلال خدمة الإنترنت 2.0 تدعى .Spiral Frog وقبل ذلك بأسبوع قامت شركة EMI وهي واحدة من أربع أكبر علامات تجارية

بالإعلان عن صفقة مماثلة مع شركة تقدم خدمات الويب 2.0 تدعى QTrax . وتم تقديم هاتين الخدمتين الموسيقى مجانًا على الإنترنت في مقابل عرض الإعلانات على المستمعين.

هل يتحتم على المرء لكي يستطيع الاستماع إلى أغنية Dark Side of the Moon من موقع QTrax أن يستمع في أول الأمر إلى إعلان عن Q-Tips؟ وهل يتحتم على الأجيال المستقبلية التي ترغب في الاستماع إلى أوبرا موزارت Cosi Fan Tutte على موقع Spiral-Frog أن يتم إزعاجهم في لحظات رئيسية للاستماع إلى وصلة من إعلان عن الخطوط الجوية الإيطالية تجذبهم إلى زيارة إيطاليا؟

قال جيري كيربي المؤسس والعضو المنتدب لشركة ليكويد أوديو وهي شركة الموسيقى الرقمية الأصلية لسليكون فالي، مؤخرًا: "قد تكون الموسيقى مجانية، ولكنها تضم ما يحاولون بيعه".

تهدد الخدمات مثل QTrax وSpiralFrog تقليل الاستمتاع بالاستماع إلى الموسيقى، وتنذر بتحول الأمر إلى لعبة قطة وفأر بين المستهلك والمعلن. وفي حين أن شركة يونيفيرسال وEMI تحصل على مال من جونسون آند جونسون أو أليتاليا، فلا يحصل الفنان على أي شيء من الضرائب.

هل يوجد اختيار آخر لصناعة التسجيلات الموسيقية سوى الاشتراك مع خدمات مثل SpiralFrog وQTrax؟ وفقا لمناصري ويب 2.0 مثل كريس آندرسون، يعرض الإنترنت على الموسيقيين منصة تخفيضاتهم

وتسويقهم. غير أن ذلك لا يتحول إلى عوائد. تعلن MySpace عن نفسها باعتبارها متجراً رقمياً يبيع موسيقى ثلاثة ملايين فرقة غير مسجلة. ولكن كما قال ديفيد كارد وهو محلل في شركة جوبيتر للأبحاث: "أود أن أرى شركة توفر الترفيه يوافيها النجاح عن طريقة إستراتيجية الذيل الطويل فقط"(٦) .

وتكمن المشكلة في أن رؤية الإنترنت وشعبيته القوية لا تولد بالضرورة الأموال. فعلى سبيل المثال، بدأ المطرب إيريك بولي وأندروا دي توريس Scene Aesthetic لفرقة روك أكوستك ديو ، وهما زوجان ولهما أطفال ويبلغان من العمر ٢٢ عاماً من إيفريت، واشنطن. وبفضل امتلاك المظهر الصبياني الجيد والغنائية اللطيفة الواعية للشاب بول سيمون و أرت جارفينكل، أصبحت صفحة Scene Aesthetic نجوماً ضخمة على صفحات MySpace, YouTube, PureVo- lume.com .

وابتداءً من سبتمبر ٢٠٠٦، قامت الفرقة، التي وضعت أغنيتها الأولى "Beauty on the Breakdown على MySpace في يناير ٢٠٠٥، بعرضها ٩ ملايين مرة على الشبكة الاجتماعية، وقام ٢٫٣ مليون زائر بزيارة صفحة Scene Aesthetic على MySpace، وجمعت ديو أكثر من ١٤٠٠٠٠ صديق. إن PureVolume.com عبارة عن موقع موسيقي مجاني، ومن الألبومات الأكثر شهرة ، Building Homes from What We've Known، تم تنزيلها

١,٣ مليون مرة. وعلى YouTube تمت مشاهدة فيديو "Beauty in the Breakdown" نصف مليون مرة.

وبلغ إجمالي عائدات مبيعات الموسيقى الرقمية دولارًا واحدًا وذلك من عرض الأغنية ٩ ملايين مرة على MySpace، أما التحميل ١,٣ مليون مرة على PureVolume.com، والعرض نصف مليون مرة على YouTube؟ نعم، فماذا تخمن. صفر لاشيء.

فعلى الرغم من شعبية الإنترنت الاستثنائية، إلا أن Scene Aes-thetic عليها أن توقع صفقه قياسية عليها ملصق بيانات. حقًا إن إيريك بولي كان قادرًا على جمع نقدية كافية ليترك وظيفته التي يبيع فيها أجهزة التلفاز في أفضل متجر بيع في إيفريت ويذهب في جولة "وطنية" في صيف ٢٠٠٦، ولكن وكيل حجز فريق الهواة المجانين يستطيع أن ينفذ من موقعهم Myspace الشهير والذي كان يشهد تلك الحفلات مثل حفل "ويلتون تين سنتر" في مدينة كونيكتيكت، وموقع "تودينو بيتزا" في بلومينتجتون في ولاية إلنيوي، وحفل "بلو ريدج هاي سكول" في مدينة باين توب في ولاية أريزونا، تلك المواقع والتي يبلغ عدد مقاعدها ٢٠٠ من المشجعين- سعر التذكرة للفرد الواحد ٥ دولارات أو عشرة دولارات بالكاد تغطي تكلفة الفندق وتنقلات الفرقة. لا يستطيع أحد الارتقاء بفضل شعبية MySpace سوى وكلاء الحجز الهواة للفرقة فحسب ومن بين المواقع الموجودة فيها مركز ويلتون تين في كونيكتي كيت، و بيتزا تودين. وفي الأيام

السعيدة- إذا استطاعت الفرقة أن تبيع "فانيلات" بصور الفرقة (تي شيرت) والتذاكر- عندها تتمكن الفرقة من تناول العشاء- أو في الليالي البائسة فإن يوم فريق "بولى ودى يتر" ينتهى بالنوم فى بدروم منازل المعجبين.

وهذا بأى حال بالنسبة إلى الفرقة لتصبح الفرقة المتميزة. فكان جيرد ليونهارد على صواب- فإن الموسيقى الآن أصبحت شائعة أكثر من أى وقت مضى. ولكن شهرة الإنترنت لا تساوي شهرة الدولارات. فإن حجم الموسيقى أون لاين وسهولة تنزيلها- مجانًا- هو وأد لمهن الفنانين الناشئة أمثال Scene Aesthetic - فالأغنيات الكثيرة المتاحة مجانًا أو بمقابل ٩٩ سنتًا من موقع itune وغيرها- فلماذا يدفع الشخص من ١٥ إلى ٢٠ دولارًا ثمن أسطوانة - فهو كمستهلك- لماذا يشتري ألبومًا فيه أغنية أو أغنيتان؟ ومع تضاؤل أعداد المشتريين التى تتجه إلى صناعة التسجيلات ونجوم التسجيلات؟

مـا تزال Sound Aesthetic تربط بين مـراتب قـرود القطب الشمالي والكثير من الفرق الأخرى التي استطاعت أن ترفع شعبية الإنترنت إلى مستوى النجاح التجاري. ولكن تعد جهودهم لترجمة الواقع الضخم لمبيعات التسجيل الهائلة أو عقد تغليف كبير، بمثابة نذير شؤم للثلاثة ملايين فرقة أخرى على MySpace التي تحاول أن تؤمن مبيعات الموسيقى الخاصة بهم.

لقد اتضح الفرق بين Scene Aesthetic وسيمون وجارفينكل.

فبمرور الوقت أصبحا بول سيمون و أرت جارفينكل في عصر بولي ودي تورس، وكان لهما بالفعل أغنية صغيرة نالت أعجاب الجمهور وهي "Hey schoolgirl"والتي قاموا بتسجيلها على هيئة توم & جيري وقامت شركت بيج ريكوردز عام ١٩٧٥ بإطلاقها. وفي هذا الوقت كان كلاهما «سيمون وجارفينكل» في الثالثة والعشرين من العمر، وأطلاقهما أول ألبوم لهما وهو [٣] AM Wednesday Morning، والذي تم إطلاقه في كولومبيا ريكوردز في أكتوبر ١٩٦٤ واحتوى على أول أغنية نالت إعجاب الجمهور، "The Sound of Silence" فمن غير المصدق أن يحقق كل من بولي ودي تورث نجاحًا لا مثيل له خلال مدة ٣ سنوات.

وفي أواخر أكتوبر ٢٠٠٦، تحدثت مع بول سيمون بشأن كيفية تغيير العمل الموسيقى بفعل ثورة web 2.0. ومثل جيرد ليونهارد، أكد بول سيمون أن الموسيقى اليوم تحظى بشعبية كبيرة وهذا حالها في جميع الأوقات. وعلى النقيض من ليونهارد، لم يكن بول سيمون متفائلاً بشأن مستقبل الموسيقى المسجلة عالية الجودة.

وأوضح سيمون أنه عمل تسجيلاً عالي الجودة اليوم، وهو ما أطلق عليه ألبوم "بطيء ومفصل على نحو فائق" سيستغرق سنة كاملة على نحو مثالي، مع إعطاء سعر أكبر الموسيقيين المعاصرين، ويتكلف مليون دولار. وقال إن هذا النوع من الاستثمار لا يمكن استعادة مكاسبه في السوق حيث يشترى الناس عدداً قليلاً جداً من الأسطوانات المدمجة. لذلك من الضروري أن يسوي الفنانون المسجلون الموسيقى

الخاصة بهم نظراً لعدم الجدوى الاقتصادية لتأجير أفضل الموسيقيين واستغراق وقت كافٍ لإجراء التسجيل.

"وأنا شخصيًا أعترض على الشبكة 2.0 بنفس الطريقة التي أعترض بها على وفاتي،" وفقًا لاستعارة أغنية من أغنياته الخاصة.

ولكن بالرغم من معارضته وكراهيته، استسلم سيمون لثورة شبكة 2.0، فهو الحدث الذي يقارنه بحرائق الغابات التي يتعذر السيطرة عليها قائلاً: "قد تصبح النيران هو ما نحتاج إليه للنمو القوي الجديد، ولكن هذا يعتبر منظراً طويلاً. وعلى المدى القصير كل ما يبدو من أشياء سيصبح دماراً." ونقلاً لما أسماه "دمار" الأعمال التسجيلية في القرن العشرين، وتذكر آخر بيت شعر من قصيدة "Look at That" وهي أغنية من ألبوم ٢٠٠٠ .You're the One وقال سيمون: "قد تكون تعلمت بعض الأشياء،" التي لم يعرفها أحد. " ولكن على كل حال، عليك أن تستمر في مسيرتك" .

ولكن سيمون لم ينته بعد. "نحن ذاهبون إلى شبكة 2.0 "وأنهى كلامه. "هذا ما سيحدث سواء كنت تحب حدوثه أم لا."قد يكون بول سيمون على حق. نحن ذاهبون مع 2.0 .

سواء أكنت تحبها أم لا.

***

٥

يوم ماتت الموسيقى (ب)

مع مجيء تشارلز ديكنز إلى أمريكا الشمالية في جولة قراءة في عام ١٨٤٢ و معه مئات الآلاف من نسخ كتبه – بما فيها " أوليفر تويست، أوراق بيكويك، استكتشات بوس، نيكولاس نيكل باي ، والتي نشرها في الولايات المتحدة ولكن ديكنز لم يحصل حتى علي "ستة بنسات"[١] ففي ذلك الوقت لم تظهر حماية حقوق الطباعة والنشر في بريطانيا والتي تباع في الولايات المتحدة (والعكس)، فيحق لدار النشر الأمريكية طباعة الكتب البريطانية بدون دفع دايم ملكي واحد (عشرة سنتات). ويعد ديكنز وبعض الكتَّاب من الجانب الآخر من المحيط الهادي مثل – هنري ودسورث لونجفيلو، سير والتر سكوت، و هاريت بيتش ستيو" كانوا أوائل ضحايا القرصنة الفكرية. و في عام ١٨٤٠ ، بالرغم من اسم العائلة، فإن ديكنز قد تعرض للحبس بسبب الديون. كما تعرض سير والتر سكوت للإفلاس في منتصف مسيرته وقيل إنه توفي في عمر الواحد والستين" متمزق الجسد والعقل بسبب" الأزمة المالية التي دامت لسنوات " .

و يقال إن الكاتب الأمريكي هاريت بيتشر ستيو قد خسر نحو

٢٠٠,٠٠٠ دولار (أي بما يعادل اليوم نحو مليون حاليًّا) وهو مستحق المطلوب الدين المطلوبة عن المبيعات الأوربية لرواية "قمرة العم توم)[٢].

و لكن رسومات ديكنز الغنية بسماته و أشعار Longfellow المثيرة للذكريات لم تصل بالتأكيد إلي الجانب الآخر من المحيط ، وكانت كتبهم هي أكبر ضحايا الانتحال.

في أي مهنة إذ لم تتوافر أي مكافاة مالية أو حافز ، فيتم سرقة الأعمال الإبداعية. ويعد ديكنز واحداً من الأوائل الذين قاموا بتنشيط مؤتمر اللوبي لحماية حقوق النشر ، القابلة للشهرة، وأن الأدب الأمريكي هو الوحيد القادر على الازدهار إذا اتبعت دور النشر الأمريكية القانون وقاموا بدفع مستحقات الكتاب لأن نشر أعمال الكتّاب دون مقابل يسبب إحباط الأعمال الأدبية.

ولكن بالنسبة إلى الويب 2.0 فإن هذه القرصنة العمياء باتت أمراً عاديًا.

"باعة الكتب يدافعون عن حصنك الوحيد" هذه صيحة تحذير أطلقها الروائى الأمريكى جون آبدايل- فى معرض الكتاب الأمريكى في أواخر مايو ٢٠٠٦- كان الروائى آبدايل الذى يبلغ من العمر ٧٤ عامًا شجاعًا فى ذلك اليوم، يعلن بقوة وعزم لرجل فى نصف عمره والهدف من ثورته هو "كيفين كيلى" كبير المشرفين على مجلة "wired" والذى نشر فى مطلع ذلك الشهر "بيانه" فى مجلة نيويورك تايمز - يعلن فيه

تأييده "للكتاب العالمي" .

ويري كيفين كيلي بأن التقنية لنسخ النصوص سوف تقضى على مئات السنين من حماية حقوق النشر. ونحن لن يكون بوسعنا - كما يرى كيلي- أن نحمي حقوق الملكية الفكرية من القرصنة، لذا يجب عرض كل النصوص مجانًا. إنه أشبه بالقول "طالما سيارتنا يمكن أن تُسرق، فيجب أن نتركها ومفتاحها في المحرك وباب السائق مفتوح- لنسهل الأمر على اللص" .

ففي رأي كيلي (والذي لا يعنيه أن يشير إلى أنه نشر بضع كتب والتي قبض مبالغ ضخمة مقدمًا) أن قيمة الكتاب لا تكمن في ما حققه المؤلف من إبداع حقيقي من الفراغ في صفحة بيضاء، ولكن تكمن القيمة الحقيقية بالطرق المختلفة لممارسة الهواة، التي يستردها أو يشير إليها أو يربطها أو يعيد صياغتها أو عرضها ونقلها، وينهمك في عملها، وهكذا فإن كيلي يرى "الإبداع الحقيقي يأتي... بينما ترتبط كل صفحة أو يتم جمعها أو نقلها أو تلخيصها وفهرستها وتحليلها والإشارة إليها وإعادة خلطها وإعادة تجميعها وإعادة نسجها في أعماق ثقافتنا أكثر مما سبق" بمعنى آخر "إن رائعة الشاعر سكوت فيتزجرالد "The Great Gatsby"- ليست مهمة- ولكن المهم في عالمنا الرقمي المعاصر هي طرق الإشارة إليها وربطها وتغييرها حتى تتكيف مع النصوص الأصلية. ورائعة فيتزجرالد هي نقطة البداية إلى الحقيقة. طريقة كل واحد منا الإشارة وإعادة خلط وتفسير العمل علي هواة- أما فيتزجرالد فهو فقط عامل ماهر- فالأمر بالنسبة إلى كيلي هو أن القيمة

الحقيقية لأى عمل مثل "The Great Gatsby" هو ما نفعله نحن – الهواة – ونضيفه إلى العمل.

ويجادل Kelly قائلاً: إن في المستقبل بدلاً من تحقيق الأرباح من بيع الكتب سوف يلجئون إلى" بيع الأداء، الوصول إلى الإبداع ، التشخيص ، المعلومات المضافة ، الرعاة ، وفترة الكتابة باختصار كل القيم التي لا تباع " رغم أن الكتاب مقدم بلا مقابل، فعلى الكاتب جمع المال من استشارة المعتوه و إمضاء الكتب والمحاضرات العامة.

ولكن الكتب ليست أمواس حلاقة و ليس هناك علاقة بين القراءة والحلاقة . وكما صاح Updike من علي المنصة قائلا: "تمثل الكتب لبعض منا ، شيء جوهري لهويتنا البشرية " . و عندما لا يأمل الكتاب و المؤلفون و الموسيقيون عن كسب حياتهم من عملهم فكم حجم الأعمال التي سوف لا تكتب ولا تبدع ؟ عندما لا توجد كتب يرتكز الكلام عليه ،ولا أداء لبيع البضاعة ، ولا مبدعون نحييهم أو نقابلهم ، ولا موسيقى للاتجار بها فإن الثقافة والصناعة التي تنشأ حولنا سوف تذوب و تموت.

و يعترف Even Kelly إن حماية النسخة الأصلية مكنت الملايين من الناس من كسب العيش من بيع فنهم للجمهور؛ مما "أدي إلى الازدهار الكبير في التقدم البشري الذي لم يشهده العالم من قبل" أليس هذا نموذجًا للحماية الصحيحة؟

أزمة هوليوود

ولكن عواقب الأزمة الاقتصادية لثورة (web 2.0) كانت أبعد من الكتب و الموسيقى فبفضل المنتجات المقرصنة، والأخبار المجانية الموجودة بالمدونات، والبث الإذاعى المجانى من بودكاستر، والإعلانات المبوبة الرقمية المجانية المنشورة على موقع Craigslist، فقد أضحت كل صناعات الإعلام لدينا مع مقدمى المواد بكافة الصور من راديو وتلفاز وجرائد وصناعة الأفلام فى طريقها للزوال. وأخبرنى محرر بمجلة أتلانتك مانثلي وهو مرشال بو أن مثل هذه الشركات لا يمكنها أن تربح عن طريق تقديم مواد عالية الجودة؛ سواء كانت موسيقى أو أفلام أو أخبار، بصورة مجانية، وأضاف قائلاً: "إن الإنترنت أصبح خطراً أخلاقيًّا مهولاً يتربص بالبشر جميعًا، كما أصبح خطرًا اقتصاديًّا مهولاً لمقدمي المواد الجادين".

ففى مجال صناعة الأفلام، كبدت القرصنة الرقمية، مع التفاقم الطاغي لتنزيل الأفلام المجانية، والشعبية الجارفة المتزايدة لمواقع فيديو الهواة مثل يوتيوب أو Veoh تراجعًا كبيراً فى عائدات دور السينما ومبيعات أسطوانات الدى فى دى.

ويلخص بيتر جاكسون، أستاذ فن صناعة الأفلام، ومبدع ثلاثية ملك الخواتيم ومن أعاد إنتاج فيلم كينج كونج الأزمة بإيجاز قائلاً: "تملك القرصنة القدرة الحقيقية الكافية لتحويل صناعة السينما

إلى صناعة غير مربحة، لاسيما الأفلام ذات الميزانيات الكبيرة "حسبما ورد في حديث له مع صحيفة إنترناشونال هيرالد تريبيون في أغسطس ٢٠٠٥ .

وربما نحن الآن عند نقطة التحويل هذه التى أخبرنا عنها جاكسون، ففي مايو ٢٠٠٦، (MPAA) الاستشارية تقريراً لاتحاد السينما الأمريكية LEK أصدرت مؤسسة ليك أوضحت فيه أن صناعة الأفلام الأمريكية خسرت في عام ٢٠٠٥ ما يساوى ٦٫١ مليار دولار أمريكى فى إجمالى عوائد الأرباح بسبب كافة أشكال القرصنة الرقمية، أما خسائر صناعة السينما العالمية فقد بلغت ١٨٫٢ مليار دولار أمريكى فى ذات العام. وقد أوضح تقرير مؤسسة ليك، والذي استغرق ثمانية عشر شهراً، وشمل نطاقه ما يقرب من ٢٠٦٠٠ عميل موزعين على اثنتين وعشرين دولة، أن ٢٫٣ مليار دولار من الخسائر كانت بسبب قرصنة الإنترنت، وأن ٢٫٤ مليار دولار منها كانت بسبب مبيعات أرصفة الشوارع التى تتم على نسخ من أسطوانات الدى فى دى وشرائط الفيديو غير المرخصة، أما باقى مبلغ الخسارة والذى وصل إلى ١٫٤ مليار دولار كان بسبب النسخ غير القانونى للأفلام الذى يتم داخل دور السينما ذاتها. والجدير بالذكر أن أرباح اتحاد السينما الأمريكية العالمية بلغت فى عام ٢٠٠٤ [٣] – حسبما ورد فى آخر تقرير رسمى – ٤٤٫٨ مليار دولار أمريكي، أي أن القرصنة تبتلع ما يساوى ١٢ إلى ١٣٪ من عائدات صناعة الأفلام الأمريكية.

وتشير مجموعة بحث أخرى، من معهد تطوير السياسة العامة

المؤسس بتكساس Institute for Policy Innovation، بأن قرصنة الأفلام قد أدت إلى "ناتج خسارة إجمالى" لكل الصناعات الأمريكية يبلغ ٢٠,٥ مليار دولار أمريكى سنويًا، نعم بالفعل ٢٠,٥ مليار دولار أمريكي، لأن هذا المبلغ يشمل خسارة فى عائدات الضرائب (غير المحصلة) وخسارة ممثلة فى فقدان البعض لوظائفهم فى كل قطاعات النشاط الاقتصادى.

ووفقًا لأحدث الإحصائيات التى قام بها اتحاد السينما الأمريكية، فإن صناعة الأفلام الأمريكية فى مأزق كبير، ففى عام ٢٠٠٥، انخفضت عوائد دور السينما بنسبة ٥,٧٪ (أى ٨,٩٩ مليار دولار أمريكى) وانخفض عدد مرتادى السينما بنسبة ٨,٧ ٪، بل يمكن القول أن نسبة عدد مرتادي دور السينما قد بلغت أدنى مستوى لها منذ عام ١٩٩٧ . وتعد مبيعات أسطوانات الدى فى دى هى أكثر الموضوعات إثارة للقلق، فهى التى جعلت ازدهار استوديوهات هوليود يبلغ أوج مجده في العقد الماضي، أما الآن فقد توقفت، والسبب في هذا يرجع – كما ذكرنا– إلى ازدياد الهوس المتزايد بخدمات تنزيل الأفلام (ولا أدل على ذلك من إعلان ول مارت– التي كانت أحد أكبر متعهدى التجزئة لبيع أسطوانات الدى فى دى فيما مضى– عن خططها لمنح هذه الخدمة لشخص ما على موقعها الالكترونى مؤخراً). وقد تنبأ ريتشارد جرينفيلد– وهو محلل من معهد بالي للأبحاث– أن عام ٢٠٠٧ سيكون العام الأول الذي سيشهد انخفاضًا في مبيعات أسطوانات الدى فى دى في أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية[٤] .

ولم يستطع الإنترنت أن يكون الحل التسويقي للخروج من أزمة صناعة السينما الاقتصادية كما كانت الأخيرة (صناعة السينما) تعول على هذا لفترة وجيزة، فقد تم وضع دعاية ضخمة لفيلم الرعب الذي أنتجته شركة نيو لاين سينما عام ٢٠٠٦، أفاعي على الطائرة، وكان من المتوقع نتيجة لذلك أن يصادف الفيلم نجاحًا باهرًا ، وقامت شركة نيو لاين بوضع أفكار المدونين في سيناريو الفيلم، كما قامت بإنشاء موقع على الشبكة يتيح لمستخدمي الإنترنت باستقبال مكالمات هاتفية من أحد نجوم الفيلم وهو صامويل ل جاكسون، كما سمحت الشركة لأي شخص يشتري تذاكر الفيلم إلكترونيًّا أن يشارك في استطلاع الرأي بإرسال رسالة إلى الأستوديو. و لكن لم يكن لأي من هذا الضجيج أي تأثير على خط الفيلم الأساسي.

وكما صرح رئيس مسرح نيو لاين New Line لجريدة نيويورك تايمز أن " هناك العديد من التوقعات المبالغ فيها في هذا الفيلم. ولكنه عرض مثل أى فيلم رعب عادي" (٥) .

القليل من الناس الذين يقبلون على مشاهدة القليل من أفلام الرعب في قليل من مسارح السينما، ويبدو أن هوليوود مثقلة بالهموم. فشركة والت ديزني هبطت مبيعات التذاكر فيها من ١,٥ مليار دولار إلى ٩٦٢ مليون دولار بين عام ٢٠٠٣ و ٢٠٠٥ ، كما انخفضت عائدات الترفيه إلى ١٣٪ عام ٢٠٠٥ و ذلك بسبب تباطؤ مبيعات DVD وقد اضطرت مؤخرًا شركة ديزني إلى تقليص نحو ٦٥٠ وظيفة

وبالتالي تقليص عدد الأفلام التي يتم إنتاجها سنويًّا[٦] . لم تكن شركة ديزني الوحيدة التي قامت بتخفيض العمالة . إذ قامت أستديوهات باراماونت بالاستغناء عن مئات الوظائف في وحدات إنتاج ال DVD والسينما .وأيضًا شركة وارنر براذر خفضت ٤٠٠ وظيفة عالميًّا في ديسمبر ٢٠٠٥ .

ومع ذلك فما زال الأسوأ بانتظارنا . فبينما تسهل ثورة نطاق التردد عملية تحميل الأفلام من الإنترنت، فإن هوليوود على وشك أن تبتلعها نفس العاصفة التي حطمت صناعة الموسيقى .

اليوم – وحسب أبحاث مؤسسة "بارك" أن حوالى ٦٦٠٫٠٠٠ شخص يقومون بتنزيل الأفلام بصفة منتظمة من على الإنترنت وتتوقع الشركة أن يزداد هذا العدد ليصل إلى ٥٠ مليونًا عام ٢٠١٠ [٧]. وفي ضوء مقاييس لصوص الموسيقى فحوالي ٤٩ مليونًا الذين يحمِّلون أفلامًا من المرجح أن تكون أفلامًا مسروقة .

لقد بدأ الإنترنت في تقويض حيوية السينما. وقد بدأت شركة ستار كليك التي تمولها انتل في إطلاق الممثل Morgan Freeman والتي انطلقت في ديسمبر ٢٠٠٦ وكان أول ظهور لبعض الأفلام المستقلة على الإنترنت في اليوم نفسه التي عرضت فيه على شاشات السينما .

وهذه الممارسات التي تتعارض مع إستراتيجية هوليوود التي تبنتها منذ زمن طويل، سوف تعقد الأزمة التي تواجه السينما . فعندما يتاح

الفيلم على الإنترنت أثناء عرضه في المسارح السينمائية، فلماذا نكلف أنفسنا العناء ودفع مبالغ نقدية لمشاهدة فيلم في سينما مجاورة؟ بالنسبة إلى كثيرين من محبي التكنولوجيا تعوّدوا على مشاهدة كل أنواع وسائل الإعلام على شاشات الكمبيوتر، شاشات كبيرة ليعيش التجربة متعددة العناصر والتي من المؤكد أنه سيفتقدها.

إن المسارح السينمائية ليست الوحيدة المتضررة من الثورة الرقمية. أيضًا محلات بيع أسطوانات الفيديو معرضة للخطر والفضل يرجع ليس فقط إلى القرصنة ولكن يرجع أيضًا إلى النجاح الأخرق الذي حققته Netflix على الويب. فإن سلسلة قنوات الفيديو مثل Blockbuster سوف تقي نفسها من أي خسارة بالتخطيط لخدمة التحميل في المستقبل. و لكن فيما يخص الأماكن المحلية مثل Berkeley's Reel Video وهو محل تأجير يضم مخزونًا من عدة آلاف من أسطوانات DVD وشرائط الفيديو فإن مستقبلها كئيب.

و قد قال أحد البائعين في موقع Reel Video في أكتوبر ٢٠٠٦ لجريدة سان فرانسيسكو كرونيكال " سيكون لنا مكان دائمًا، فلدينا الكثير من الأفلام المجهولة والتي لن تجدها في أي مكان آخر" .

أكيد إن لدى تاور في ebay وكولمبوس الكثير من الموسيقى المجهولة، أو مكتبة كودي Cody التي تم إغلاقها مؤخرًا في باركليز تيلجراف أفنيو والتي كانت تضم مجموعات من الكتب الكبيرة.

ومن المحزن أن مكتبة كودي ليست الوحيدة. بل هناك مكتبات

دوتنز في بيفرلي هيلز، ومكتبة "كلين ويل لايتد بليس فوربوكس" في سان فرانسيسكو، ومكتبة "كوليزيوم، ومكتبة "انيكوتا بوكس ومكتبة ميردرانك في منهاتن وآلاف أخرى من المكتبات المفضلة في أنحاء أمريكا- أُجبرت على أن تقفل أبوابها بسبب خفض الأسعار المنافسة للكتب على الإنترنت.

ووفقًا لأرقام صحيفة نيويورك تايمز[٨] هناك ما يقرب من ٢٥٠٠مكتبة قد أفلست تمامًا منذ عام ١٩٩٠ . في حين أن آمزون دوت كوم، ميجا ستور أون لاين والمدمر الرئيس لمكتبات مستقلة قد أعلنت بأنها حققت زيادة ٢١٪ في نسبة من حجم المبيعات الإعلامية (بما فيها الكتب) خلال الربع الأخير من عام ٢٠٠٥ .

إذن ففيما يفكر كريس أندرسون- وهو البطل المفترض في نهاية إحصائيات "لونج تيل" حيال تلك الإغلاقات؟" إن الدرس الواضح من لونج تيل هو أن الكثير من الاختيارات هو الأفضل" . يقول أندرسون لجريدة لوس أنجلوس تايمز في فبراير ٢٠٠٧ : "وطالما أن المكتبات لم تستطع المنافسة على الخيارات، فكثير من تلك المخازن الكبرى العزيزة علينا سوف يسحقها الطريق "[٩] .

ولكن هل إغلاق هذه المكتبات المستقلة ناتج عن تعدد اختيارات المستهلكين ؟ فعوضًا عن ٢٥٠٠ مكتبة مستقلة وما تضمه من معارف لمحبي الكتب والأقسام المتخصصة والعلاقات العامة مع الكتاب المحليين، فنحن حاليًا أمام جماعة ذات نفوذ كل همها السيطرة وتحقيق منافع

شخصية من ميجاستورز أون لاين تستخدم الحسابات الباردة والتي تستخدم مشترياتنا السابقة ومشتريات الآخرين لتملي علينا ما يجب أن نشتريه. إن موت تاور للتسجيلات Tower Records، واختفاء المكتبة الأمريكية المستقلة يعني اختياراً أقل للمستهلك- وخصوصاً مشتري الكتاب والذي يعتمد على اقتراحات حول الكتب الممتعة.

وكذلك محطات التلفزة، تخوض غمار بحار عاتية. فكثير من الناس يستخدمون DVR وال TiVo لتحميل البرامج الاستعراضية من خلال برامج الكمبيوتر مثل Azureus و Torrent، أو الحصول على الأخبار من أون لاين. ونتيجة ذلك إقبال ضعيف على مشاهدة الفقرات الإعلانية على القنوات الوطنية والمحلية والتي تعرف بالتلفزيون، ومن ثم فإن المعلنين يحولون إعلاناتهم وأموالهم إلى أون لاين.

وبكلمات تاريخية، فإن محطات التلفزيون قد تمثل ما تسميه جريدة وول ستريت "العمود الفقري للعمل التلفزيونى التجاري". ولكن تبعاً لمكتب إعلانات التلفزيون فإن إجمالي دخل الإذاعة المحلية انخفض ٩٪ في سنة ٢٠٠٥ ليصل إلى ١٦,٨ بليون. فما هو السبب؟ إن الرعاة الأساسيين مثل شركات ديملر كريزلر وفورد يخفضون ميزانيات الإعلان بين ١٣٪ و ١٥٪ على التوالي أو التحول إلى أون لين . ومع إخفاق القنوات المحلية على إيجاد أرباح كافية فإن الملاك المتحدين مثل فياكوم نيوز كورب. إن بي Viacom، New Corp. و-NBC Uni versal يقومون بتصفيتها. بعض الشركات مثل تربيون كامباني

Tribune Company تقوم بالانفصال عن مجموعة محطات التلفزيون كلية.

منذ زمن ليس بعيداً ، حينما كنا نريد مشاهدة التلفزيون ، كان علينا فقط أن نفتح الجهاز. أما الآن فإننا نفتح أجهزة الكمبيوتر، نقرة على التليفون المحمول تشغيل TiVo أو توصيله بالفيديوIPods. نتائج كل هذا هى القصة التى نشرت على الصفحة الأولى لكثير من الجرائد الرئيسية فى أكتوبر ٢٠٠٦ : بأن شركة إن بى سى يونيفرسال سوف تخفض تكاليف برامج الأخبار فى ساعات الذروة. بعد ثلاث سنوات من تراجع الدخل، أعلنت إن بى سى يونيفرسال عن ضغط تقشف لتوفير ٧٥٠ مليون دولار فى عملية التكلفة وإعادة المحطة إلى مضاعفة نموها الرقمى. وقد سميت هذه الخطة باسم NBCU205 وتتضمن خطة الاستغناء عن ٧٠٠ وظيفة – وهو ما يشكل ٥٪ من القوى العاملة من إجمالي القوى العاملة في الشركة. أول شركة رئيسية تعترف بإمكانية النمو المحدود للتلفزيون الإخباري، فقد أعلنت NBC أن أهم الأعمال التي يجب إيقافها بشكل مؤقت في الشركة هي أقسام الأخبار، وقد خططت الشركة لخفض الإنفاق على برامج الأخبار ودمج عدد من قنوات الأخبار المحلية. وقد تنبأ ديفيد هازينكي المراسل السابق لـ NBC بأن هذا الاتجاه يعني مزيداً من التشغيل والمزيد من التصوير داخل الأستديو وربما استضافة المزيد من النجوم المشهورين الذين يجذبون المشاهدين أكثر من الأخبار الحقيقية" . ووفقاً للدراسة البحثية

التي أجراها Pew 2006 بأن نحو ٧١٪ من الشباب بين سن ١٨ و٢٩ سنة من السكان يحصلون على معظم الأخبار من الإنترنت، حيث كما رأينا أخباراً غير موثقة أو منحازة. وسوف يزداد هذا العدد مع خفض البرامج الإخبارية في التلفزيون.

عندما تتخبط شركات الإعلام، فإن العاملين والمديرين التنفيذيين يفقدون وظائفهم ويخسر المساهمون استثماراتهم. ولكننا أيضاً نخسر حينما تكون نوعية البرامج هي محل تسوية. المشكلة ؟ لقد أعلنت إن بي سي يونيفرسال بأن بث برامجها فى وقت الذروة من الساعة ٨ إلى الساعة ٩ مساء ستتوقف بسبب تكلفتها العالية، وعوضاً عن ذلك فإن هذه الساعة. وبرامجها التى استمرت على مدى أعوام- يتم استبدالها ببرامج المفضلة مثل Friends وSeinfeld بحيث تقل التكلفة من إنتاج برامج مثل برنامج المسابقات الشهير Deal or no Deal أو البرامج الواقعية السهلة الرخيصة. وتبعا جيف زوكير وهو المدير التنفيذي لمجموعة شبكات تلفزيون إن بي سي يونيفرسال NBC Universal.

"إن الاهتمام بالمعلن ليس مبرراً كافياً للإنفاق على برامج "شو" كما أعلنت شركة NBC Universal عن خفض ٧٥٠مليون دولار من البرامج الإخبارية والدرامية ، فإنها أيضاً ذكرت بأنها تخطط لاستثمار ١٥٠ مليون دولار في المشاريع الرقمية الجديدة وفي عروض الإنترنت مثل المواقع البرودباند المتخصصة Broadband ومدونات الممثلين

وعروض البث الحي على النت webisodes والتي تعتبر أقل تكلفة في إنتاجها واللجوء إلى ممثلين مغمورين بدلاً من النجوم المعروفين (مثل إصدار برنامج The office والذي يبدو فيه ستيفن كاريل غير موجود) وكما قال بوب رايت رئيس مجلس إن بي سي NBC Universal، لجريدة وول ستريت " طالما أننا نقدم أولوياتنا نحو الرقمية "الديجيتال" فيجب أن نكون أكفاء في أعمالنا الحالية قدر الإمكان. فلن نحصل على نفقات رقمية جديدة بنفس المصاريف المماثلة".

لذا فبدلاً من المسلسلات الجديدة من شاكلة "ديك وولف" أو "أريسون سوركين" سوف نشاهد قناة "باريس هيلتون" ومواقعها - المسماة التلفزيون الواقعي "أو كليبات من مدونة الفيديو سام وترستون.

أما الإذاعة فإنها فى وسط أزمة هويتها فإن المراهقين من الناحية التاريخية هو أكبر جمهور للراديو وأكثرهم إخلاصًا له، ولكنهم أقلعوا عن الاستماع إلى الإذاعة. فخلال العشر سنوات الأخيرة كانت نسبة الاستماع بين الشباب الذي يتراوح عمره من ١٨ سنة إلى ٢٤ سنة انخفضت عدد الساعات إلى ٢١ ٪. و منذ عام ٢٠٠٦ قد انخفضت أسهم أكبر خمس شركات عاملة في إعلانات الإذاعة بين ٣٠٪ و ٦٠٪. وفي النصف الأول من عام ٢٠٠٦ وحده انخفض عائد إذاعة CBS إلى ١٧٪ مما دفع CBS إلى تصفية بعض القنوات الإذاعية المحلية في صيف ٢٠٠٦ أما شركة والت ديزني فقد تخلصت من أعمال الإذاعة تمامًا. وفي نوفمبر ٢٠٠٦ أعلنت أكبر إذاعة في أمريكا Clear Channel عن

احتمال تقديم عروض لنحو ٤٤٨ محطة من محطاتها البالغ عددها ١٢٠٠ محطة.

عندما ينزف الحبر دمًا

لقد تأثرت الصحف والمجلات أيضًا من المعلومات المجانية والإعلانات على الإنترنت. فقد تضاءل التوزيع في عائدات الإعلانات وما يتبع ذلك. حتى إن حجم الجرائد تقلص كثيراً. فجريدة وول ستريت تقلص حجمها في يناير ٢٠٠٧، كما قللت المساحة المخصصة للأخبار بنسبة ١٠٪ كما استبعدت عموداً كاملاً من الصفحة الأولى. وأيضًا تخطط صحيفة النيويورك تايمز أن تختصر من صفحاتها[١١] كما فعلت جريدة لوس أنجلوس تايمز، حيث طلب رؤساء التحرير ومحررو الصفحات من المراسلين بمقالات وأخبار قصيرة، وذلك لتلبية اهتمام القارئ العادي على الإنترنت.

وتوزيع الصحف في أمريكا متذبذب. ففي خلال ستة أشهر من مارس وحتى سبتمبر ٢٠٠٦ هبط توزيع ٧٧٠ صحيفة يومية في أمريكا إلى ٢,٨ ٪ عن نفس الفترة من العام السابق– وهو الأسوأ في تراجع التوزيع[١٢].

كما تراجع توزيع سان فرانسيسكو كرونيكل فخسرت نحو ٤٠ مليون دولار في عام ٢٠٠٤ وهبط إلى أكثر من ١٦٪ بين عامي ٢٠٠٥

و ٢٠٠٦ . أما توزيع جريدة لوس أنجلوس تايمز فقد هبط إلى ٨٪ بين عامي ٢٠٠٤ و ٢٠٠٦ . هبطت من قمة التوزيع ١,٢ مليون نسخة في عام ١٩٩٠ إلى التوزيع الحالي وهو ٩٠٨,٠٠٠ نسخة أقل مما كانت عليه في عام ١٩٦٨ . كما أن التوزيع الأسبوعي طبعة الأحد لجريدة بوسطن جلوب انخفض إلى ٢٥٪ بين عامي ٢٠٠٣ و ٢٠٠٦ وتوزيع صحيفة " دلاس مورنينج نيوز هبط أيضًا إلى ١٣٪ في أول ستة أشهر من عام ٢٠٠٦[١٣] . وحتى جريدة نيويورك تايمز حيث استقر توزيعها بشكل نسبيٍّ، فإن توقعات المستقبل ليست متفائلة، فقد هبط سعر سهمها إلى ٥٠٪ في الخمس سنوات الماضية[١٤] .

ومع استمرار انخفاض التوزيع، فإن المعلنين يتحولون إلى شبكة الإنترنت؛ حيث يمكنهم الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور المستهدف. وتبعا ميريل لينش – وهي مؤسسة مالية دولية– ترى بأن مبيعات الإعلانات للصحف كانت ثابتة وقد توقعت أن تنخفض في عام ٢٠٠٧ – ولأول مرة في التاريخ بأن تراجعت عائدات الجرائد من الإعلانات في سنة لم تشهد كسادًا. فالقصة المؤسفة متشابهة أيضًا مع كل جريدة دولية ومحلية. فدخل إعلانات بوستن جلوب قل بنسبة ١٢,٤٪ في الربع الثاني لعام ٢٠٠٦ أكثر مما تساوي في ربع سنة ٢٠٠٥ . أما عائد وول ستريت من إعلانات في سبتمبر ٢٠٠٦ فقد انخفض إلى نحو ٥,٩٪ بالمقارنة بشهر سبتمبر لعام ٢٠٠٥ .

أما شركة بيلو والتي تصدر جريدة دلاس مورننج نيوز وجورنال بروفيدانس فقد أشارت إلى هبوط دخل الإعلانات بنحو ١٩٪ في الربع

الثالث من عام ٢٠٠٦ [١٥]. وانتقال الإعلانات المبوبة من الصحافة المطبوعة إلى صفحات الإنترنت المجانية مثل موقع Craigslist والذي يستنزف أكثر من عائدات الجرائد. ووفقًا للتقرير الذي يعده مشروع Pew Internet and American Life فإن عدد مستخدمي الإعلانات المبوبة من خلال تلك الخدمات قد زاد بنسبة ٨٠٪ في عام ٢٠٠٨ مع وجود نحو ٩ ملايين زائر يوميًا لهذه الخدمات المجانية على صفحة Craigslist[١٦].

ومن الطبيعي أن يكون أول رد فعل على ضعف الدخل، هو تسريح الموظفين. فقد كان الرقم المتوقع والعامل في هذه الصناعة ووفقًا لجمعية الصحف الأمريكية هبوط ١٨٪ بين عام ١٩٩٠ وعام ٢٠٠٤ ويرجع ذلك بسبب تخفيض الوظائف وتسريح العمالة[١٧].

وفي الآونة الأخيرة، فإن شركة نيويورك تايمز قد استغنت عن ٢٠٠ من الموظفين في مايو ٢٠٠٥ بمن فيهم ١٣٠ من العاملين في نيويورك تايمز ذاتها وباقي الموظفين الذين تم الاستغناء عنهم كانوا من بوسطن وجريدة ورسيستر تليجرام، وجريدة الجازيت. ثم في العام نفسه تم الاستغناء عن ٥٠٠ وظيفة أو حوالي ٤٪ من إجمالي القوي العاملة في الشركة. وتعتبر سنة ٢٠٠٦ هي الأسوأ بالنسبة إلى الصحفيين الأمريكيين، إذ تم الاستغناء عن كثير من الوظائف ارتفع إلى ٨٨٪ (مع خفض ٩,٤٣٣ وظيفة في عام ٢٠٠٥ إلى ١٧,٨٠٩ في عام ٢٠٠٦) وفقًا لشركة تشالينجر جراي وكريسماس[١٨]. في مارس ٢٠٠٦

أعلنت صحيفة واشنطن بوست عن خطط للاستغناء عن نحو ٨٠ وظيفة سن صالة التحرير في العام التالي. في أكتوبر ٢٠٠٦ كان شهراً دمويًّا، مع إعلانات مسهبة من بلين ديلر في كليفلاند (تسريح ٦٥عاملاً) وسان جوز ميركيوري نيوز (استغناء عن ١٠١ وظيفة)، وفيلاديلفيا انكويرر وفيلاديلفيا ديلي نيوز.

وفي خريف ٢٠٠٦ وفي سقوط ذريع استمر لبضعة شهور تم استبعاد م جنسون ودين باكويت – ناشر ومحرر في جريدة لوس انجلوس تايمز – لرفضهما إجراء تقليص الميزانية وتنفيذ أوامر الاستغناء عن العمال من التايمز من الشركة الأم شيكاغو تربيون. أما الموظفان المواليان للشركة لأكثر من ٢٥ سنة، جونسون وباكويت؛ فقد استجابوا للأوامر بالاستغناء عن ٢٠٠ وظيفة أو نحو ٢٠٪ من موظفي صالة التحرير منذ شراء الصحيفة سنة ٢٠٠٠ . ولكن عندما صدرت الأوامر بإجراء المزيد من تقليص الوظائف، قالوا إن ما حدث كافٍ جداً. وقد أعلن رئيس التحرير باكويت في خطبة شديدة اللهجة في نيوز أورلينز بأن المشاركين معه في تقليص الوظائف يجب أن يتراجعوا عن خفض الميزانية التي يأمر بها أصحاب المؤسسة للحفاظ على سلامة ومصداقية جرائدهم[١٩]. ومن المفارقة بأن أهم سبب للأزمة المالية لصحيفة لوس أنجلوس تايمز هو ما أطلقت عليه صحيفة فاينانشيال تايمز "الانسحاب الدراماتيكي" . في نفقات هوليوود على الدعاية (انخفضت إلى ١٧٪ في عام ٢٠٠٦) وهو عكس التعاون. فأخبار الاقتصاديات السيئة في قطاع من وسائل الإعلام العادية تحدث أخبارا

سيئة في القطاعات الأخرى.

فالأمور لم تعد أحسن حالا في المجلات العالمية. مجلة " تايم أينك، قد استغنت عن مائة وظيفة في ديسمبر ٢٠٠٥، وفي يناير ٢٠٠٧ استغنت عن ٣٠٠ وظيفة أخرى في المجلات الشعبية الأخرى مثال People, Sports Illustrated والرائدة التايم أغلقت مكاتبها في لوس أنجلوس تايمز وشيكاغو وأتلانتا، وميامي وولاية أوستن. في أغسطس ٢٠٠٤ قام جرونر وجاهر وهما ناشرا أبرز المجلات مثل " فاست كامباني، ومجلة فيتنس (الرشاقة) ومجلة فاميلي سيركل أعلنت عن خطط لخفض النفقات إلى ٢٥ مليون دولار وتقلص عدد العاملين نحو ١٥ ٪ قبل التصفية النهائية للمجلات تماما مع شطب مجموعة كبيرة[٢٠] .

كانت هذه الوظائف من الوظائف الكثيرة التي تم الاستغناء عنها. ربما يعترض البعض على أن عدم الاستقرار الاقتصادي يغير النتائج دائماً في هبوط أحد القطاعات، ولكنه يوجد وظائف في قطاع آخر. فالمشكلة أن اقتصاديات الشبكة 2.0 لا يخلق وظائف جديدة تحل محل الوظائف التي تم التخلص منها. فمثلا مؤسسة Craigslist والتي عملت الكثير لكي تقوض الإعلانات المبوبة للصحافة أكثر من أي مؤسسة أخرى. ورغم أنها تعد سابع أشهر موقع على الإنترنت في العالم، وقد قامت كريجليست تعمل من خارج مبنى ضعيف من العصر الفيكتوري في سان فرانسيسكو وقريب من المحيط الهادي.

ولكن في حين وجود تلك القوائم على موقع كراجليست- وهو

الموقع الذى أسسه شخص مناوئ للثقافة يدعى كريج نيومارك فى عام ١٩٩٥ وقد وصف مجلة "نيويورك" بانها ماوى IBM الكسالى[٢١] إن بدت مجانية- فهى ليست مجانية.

فكل إعلان " مجاني مفترض" عن سيارة جديدة أو منزل أو إعلان عن وظيفة فكان يتقاضى ثمنه مباشرة من الصحيفة المحلية. وقد قيم بوب كاثورن Bob Cauthorn نائب الرئيس السابق للإعلام الرقمي في سان فرانسيسكو كرونيكل San Francesco Chronicleبان كريجلست Craigslist تحصل على ٥٠ مليون دولار سنويًا من صحف منطقة Bay. وبمعنى آخر فإن الموظفين في كرونيكل وفي جريدة سان جوز ميركيوري الذين فقدوا وظائفهم في عام ٢٠٠٦ يدينون بالفضل إلى كريج والعاملين معه الاثنين والعشرين وإعلاناتهم المجانية.

إن الويكبيديا، هي الوحيدة التي قتلت صناعة المعرفة التقليدية، يقوم على إدارتها عدد من العاملين بالإضافة إلى جيمى ويلز. فهي تذكرنا بملاحظات السير توماس مور وكتابه اليوتوبيا ومقطوعته الساخرة ١٥١٥ حيث كتب ردًا على قوانين الحظيرة Enclosure Laws التي تمنع الفلاحين من الحقول في الولايات الكبيرة، فكتب يقول: " إن الماعز تفترس الرجال". وبعد خمسمائة سنة وفي عالم الويب 2.0 فإن أجهزة الكمبيوتر تلتهم الصحفيين بنفس النتائج: كثير من الرجال يفقدون حياتهم، ونفر قليل من الأرواح المحظوظة - أصحاب الأراضي الأرستقراطيين في أيام مور Moore والمديرين التنفيذيين في شركات

مثلMyspace ويوتيوب وشركة جوجول هم الباقين فى أعمالهم ويزدادون ثراء.

إن الشباب يو تيوب خصوصًا يزدادون ثراء. في يوم الأربعاء ١١ أكتوبر ٢٠٠٦- وبعد خمسة أيام من بيع تاور للتسجيلات مقابل ١٣٤٫٣ مليون دولار في مكتب "ديلور القانوني" - تشاد هيرلي وستيفن تشين مؤسسي يوتيوب- كانوا يتناولون الغداء مع الشريك المؤسس لجوجول لاري بيج والمدير التنفيذي اريك شميت في مقصورة في Denny's قرب من المكتب الصغير ليو تيوب في وادي السليكون. وفي نهاية الغداء اتفق الرجال الأربعة بأن يو تيوب غير الربحية ومهندسيها الستين سوف يكسبون من جوجول ١٫٦٥ مليار دولار - كثير من الأموال لشركة أسسها هواة كل محتوياتها مجانية.

ولأن اليو تيوب لا يحتاج إلى صحفيين أو محررين أو منتجين أو موظفى خدمة عملاء أو موظفي المساعدة في المكاتب الخلفية، فإن هذا المبلغ ١٫٦٥ مليار دولار هو الجانب الإيجابي الوحيد في الموضوع كله.

وفي الحقيقة فإن اندثار الصحف لا يمكن أن ننسبه كله إلى الإنترنت. فظهور كابل الأخبار، ساهم أيضًا في ضعف هامش أرباح الصحف والمجلات. وكثير من الصحف فككت نفسها بهروبها إلى الشبكة العنكبوتية. حيث إن كل شيء مجاني تقريبًا وبدون قيود على المعلومات. فإن النسخة المطبوعة من جريدة النيويورك تايمز يشترك فيها نحو ٢٫٧ مليون مشترك يدفعون الاشتراكات (١٫١ مليون للنسخة

المطبوعة يوميًّا و ١,٧ مليون مشترك في العدد الأسبوعي) في حين النسخة المجانية على شبكة الإنترنت تستقبل ٤٠ مليون مستخدم شهريًّا. والمشكلة أن النسخة المطبوعة يوميًّا تستدر عائداً سنويًّا من ١,٥ إلى ١,٧ مليار دولار سنويًّا، في حين النسخة على الإنترنت تستدر عائداً ٢٠٠ مليون دولار سنويًّا [٢٢] فإذا استمر الناس يلجئون إلى إصدارات الجريدة على النت، فقد تضطر التايمز إلى أن تقلص القسم التحريري فيها وتستعيض به في تجديد المحتوى التحريري. فقد تحتاج إلى جذب جمهور عريض من الفتيان والقراء الأقل تعليماً بقطع يسيرة سهلة من التسلية وموضوعات عامة عن أساليب الحياة بدلا من الموضوعات القوية في التقارير عن الشئون الدولية والسياسية.

وهذا ما يحدث تقريبًا في معظم الجرائد. في لوس انجلوس تايمز والتي فازت بخمس عشرة جائزة بوليتزر بين عامي ٢٠٠٠ و٢٠٠٥ فإن المديرين قد استجابوا إلى تراجع توزيع الصحيفة والإعلانات (التوزيع اليومي في ٢٠٠٥ هبط إلى ١٨٪ والمطبوعات التي تديرها الإعلانات بالكامل انخفضت إلى ٢٦٪) من خلال ضغوط المحررين على زيادة تغطية هوليوود وأخبار النجوم. ففي أكتوبر ٢٠٠٦ أطلقت الجريدة مبادرة التنصير " وهو مشروع مانهاتن (في ظاهره الإشارة إلى جاذبية حملات التنصير) لكي تولد أفكاراً جديدة لأخبار ومقالات يرجى منها أن تنشط الجريدة لتجذب قطاعًا عريضاً من القراء. فإن معظم تلك التغييرات من المرجح أن تربط المحتوى في الصحيفة المطبوعة بالنسخة المنشورة على الإنترنت والتي تشمل أخباراً أقل قسوة وأخباراً محلية

وترفيهية[٢٣].

ولكن ماذا يحدث إذا فشلت كل هذه المحاولات، وعجزت الصحف المطبوعة في الاحتفاظ بقرائها المطلوبين لتحقيق استمرارها؟ لقد توقعت صحيفة الأيكونوميست بأن خلال عقود قليلة قادمة فإن نصف الصحف الصادرة في العالم المتقدم قد تحتجب"[٢٤] فإن نموذج العمل لصحيفة نيويورك تايمز مفيد لتفهم مدى التحديات الخطرة لوسائل الإعلام الرقمية التي وضعتها لإقامة صحف. ووفقًا للإعلاميّ المخضرم مايكل وولف بالنسبة لمجلة التايمز لاستنساخ عائداتها من النسخة المطبوعة، فإنها تتطلب أن تزيد من جمهورها على النت إلى نحو ٤٠٠ أو ٥٠٠ مليون قارئ أو لتعويض موضوعاتها التحريرية من خلال تلبية اهتمامات المعلنين، وكما صاغها وولف:

" إن مجلة التايمز كما نعرفها، في تقليدها للنسخة المطبوعة لم تنجح على الإنترنت، فالفكرة كلها أن العمل السابق يمكن أن تغير شكلها باستمرار إلى مشروع مضاربة ضخم هو شكل من أشكال الدجل. ففي أحسن الأحوال لكي يصبح لاعب إنترنت متخصصًا، عليه أن يخفض ميزانية الأخبار الحالية ٣٠٠ مليون دولار الضخمة بشكل كبير.

إن ما يقال عنه حسن حظ، يكون من نصيب موقع About.com في حده الأدنى وإنتاج حجم معلوماته ومستودع هائل من بيانات تستهدف المعلنين، تشحذ همم الهواة وأصحاب المواهب والساديين

الراغبين في الإنتاج مقابل أجور زهيدة مقابل أى مادة هزيلة لملء عدد الصفحات المعروضة - والتي تخدم نحو ٣٠ مليونًا من الأربعين مليونًا من المستخدمين للتايمز [٢٥] .

فهل يجب على المواقع الرئيسية للصحف والتلفزيون أن تقفل أبوابها ، في حين أن مواقع الأخبار على النت تحصل على ما تريده؟ أين يحصل مات جريدجز و إنستابوندت (المدونة السياسية) على معلوماتهم ؟ كيف يسجلون تعليقاتهم على الحرب الدائرة في العراق، أو انتخابات ٢٠٠٨ ، إن لم يكن لديهم أي تنظيم ذات نفوذ موارد كافية ليتحدث ويكتب عنها؟ في غياب الأخبار التقليدية ، ستضطر المواقع أون لاين أن تنصرف عن بذل أي جهد في البحث عن الحقيقة وتشكيلها . من ستتاح له الموارد في البحث والكتابة عن فضيحة ووترجيت التالية أو يدفع أجور إصدارات 2.0 من كارل بيرنستين وبوب وودورد ؟ أو أن هذه النوعية من الكتابات ستتوقف نهائيًّا؟ يقول تقرير مؤسسة كارنيجي والصادر في سنة ٢٠٠٦ عن نيويورك يقول: "في الوقت الذى تختفى الجرائد فهل سيحل محلها معاهد تقوم بمهمة الاستمرار على تثقيف المواطن ومع أي نوع من الديمقراطية يرتكزون" [٢٦] .

ويرى وولف بأن نهاية صحيفة نيويورك تايمز يعني "موت الرب" معنى استعاري يفيد بأن المعرفة الدقيقة والصحيحة والأمينة - قد انتهت من الوجود . وهي عبارة نوعية للحرس القديم لمثقفي مانهاتن . "إنها كبيرة جدًّا ووجودية أيضًا فكرة للتأمل ولكن نيويورك تايمز جزء

بسيط من الموضوع كله. إن حضارتنا الاقتصادية في ضائقة عسيرة جداً. إنني أخشى أن نعيش لنشهد بأن معظم موسيقانا تأتينا من فرق الهواة العازفين في الجراجات، وأفلامنا السينمائية والتلفزيونية تأتينا من اليوتيوب المبجل والأخبار التي تتناول أخبار المشاهير وأنشطتهم والتي تقدم فقط كمتبلات للدعاية. فهل ستمضي تقارير التحريات والتحقيقات كما مضى فلاحو إنجلترا في عصر توماس مور في القرن السادس عشر؟ ففي مستقبلنا الرقمي قد لا يكون الرب قد مات - ولكن التجارة والحضارة هي الراحلة.

أين الأموال ؟

على مدار التاريخ ، كانت الثقافة والفنون جسراً بين الأجيال، أقامت ميراثًا نفيساً وتولدت ثروة . واليوم فإن القيم الأساسية لشركات الويب 0.2 هو الإعلان بالدولار وليس إقامة تراث ثقافي ثري. فعلى سبيل المثال شركة جوجول هي نموذج اقتصادي ناجح فعلاً باعتبارها شركة ويب 2.0 مع قدرة تسويقية بنحو ١٥٠ مليار دولار، فإن شركة وادي السليكون قد أخذت ٦,١٣ مليار دولار عائداً وحققت أرباح ١,٤٦٥مليار دولار في سنة ٢٠٠٥ . إن ما يقال هو حقيقة بانه من خلال شركات تايمز وارنر أو شركة ديزني والتي تبدع وتنتج أفلامًا وموسيقى ومجلات وتلفزيونًا، فإن جوجول تعتبر شركة طفيلية ، إذ لا تنتج أي مضمون من عندها. ولكن إنجازها الوحيد هو أن اكتشافها

نظام الحلول الحسابية المتماثلة التي تربط المحتوى السابق مع المحتويات التالية الموجودة أيضًا على الإنترنت، وتحمّل المعلنون في كل مرة واحد يدخلون على تلك المواقع بمعنى قيمة الإبداع- فلا شيء بعيد عن تلك الروابط.

إن جوهر عمل شركة جوجول، ٩٩٪ من عوائدها مرتبطة بمبيعاتها في الإعلانات. وفي الحقيقة تم إنفاق نحو ١٦ مليار دولار على صناعة الإعلانات على الشبكة في عام ٢٠٠٦، وأربعة مليارات دولار، نحو ٢٥٪ تم تقديرها وكسبتها جوجول [٢٧] صحيح أن أصحاب المليارات لاري بيج وسيرجي برين مؤسسي شركة هم فعلا أشخاص منفذون- تصوروا التحويل بعصا سحرية المعلومات المجانية التي يقدمها الناس إلى آلة دعائية تدر مليارات الدولارات.

من الممكن أن يدعي أي إنسان بأن الاقتصاد الكلي للويب 2.0 قد ضخم من إصدار جوجول. فنحو أكثر من ٥٠٠ مليون دولار في مشروع رأسمال استثماره في عام ٢٠٠٦ في الويب 2.0 تصميم بزينس الميديا الاجتماعية مثل مواقع (Bebo, Zimbra, facebook, SixApart, and Xanga) والتي لا تقدم شيئًا غير توزيع المحتويات المجانية التي يحدثها المستخدمون. ولكن الشيء الجديد فعلاً في وادي السليكون هو تقديم نموذج بزينس " المضمون الخاص بك" إلى المواقع التي تقدمها إلى المستخدمين بدون شيء أكثر من برنامج للتعبير عن أنفسهم، والشبكة والرابطة مع رابط آخر وكلها تساوي الملايين بل مليارات

الدولارات . وقد تم استغلال هذه الفكرة في كل سوق بدءاً من مجال السياحة (RealTravel) إلى المجتمع الواقعي (Second Life) إلى تنظيم المسابقات (Zvents, Eventful , and Upcoming) إلى المدونات (Technorati) إلى الإعلانات المبوبة (Edgieo) إلى المحتويات السمعية (Podshow) إلى الإباحية (Voyeurweb) وحتى العبثية من العبثيين إلى إيميل (FWDitOn) .

في أول ازدهار للإنترنت، "كان عدد المتصفحين لكل صفحة هو المعيار لتحديد قيمة شركة الويب . أما حاليًّا فإن القيمة تحددها عدد الصفحات التي تتكاثر والمتاحة للإعلان . ومع زيادة تدفق الأموال إلى إعلانات الإنترنت بمعدلات فلكية (إجمالي الإنفاق على إعلانات الإنترنت ازداد بنسبة ٣٠٪ في عام ٢٠٠٥ و ٢٨٪ زيادة أخرى في عام ٢٠٠٦) فحاليًّا مواقع YouTube, MySpace and Facebook تحصد الذهب . ولهذا، ورغم أنهم يحصدون مبالغ تافهة حاليًّا، فإن موقع يوتيوب قد حصل على ١,٦٥ مليار دولار، وموقع ماي سبيس اتجه إلى نيوز كورب بمبلغ ٥٨٠ مليون دولار (رخيص بأسعار اليوم) وموقع فيس بوك أُشيع عنه أنه يساوي نحو مليار دولار . بينما موقع ماي سباس ربما لم يستطع تكوين ثروة حاليًّا (فحسب مجلة فورتشن For-tuneبأنها خسرت أموالا في عام ٢٠٠٥) وتبعًا للمحلل المالي لشركة RBC Capitalجوردون روهان يتوقع بأن يحقق ماي سباس ثروة تقدر بخمسة عشر مليار دولار في غضون ثلاث سنوات .

فكر في الموضوع. خمسة عشر مليار دولار لموقع لا يحتوي على شيء بل يحتوي على بروفيلات ملفات مختصرة جدًّا أنشأها المستخدمون. لو أن كل واحد أضاف صفحة على موقع ماي سباس فإن قيمة الشركة سوف تزداد، وماذا بعد؟ ماذا عن بزنس شبكة الاجتماعية التي تدفع للهواة مبالغ نقدية مع كل تعليق يرسلونه أو يحملون صورة؟

لا تضحك. فهذا ليس بعيد المنال عن التزام شركة Panjea.com في أن تسهم بـ ٥٠ ٪ من أرباح إعلاناتها مع المستخدمين الذين يسهمون بموسيقاهم أو بالصور الفوتوغرافية. وأيضًا موقع يوتيوب يغازل بنفس الفكرة المجنونة في مشاركة الدخل مكافأة لإبداعات "المستخدمين". ففي يناير ٢٠٠٧، في المنتدى الاقتصادي الدولي في دافوس، بسويسرا، أعلن مؤسس يو تيوب تشاد هورلي إلى بي بي سي بأن شركته تعمل على تكنولوجيا تمنح للمستخدم سهمًا في الشركة من عائدات إعلانات الشركة[٢٨].

إذن بينما متاجرنا للتسجيلات وشركات الصحف ومحطات الإذاعة تصارع لكي تعيش، فإننا نضخ أموالنا إلى البزنس الذي لا يقدم أكثر من مساحات لانهائية من الإعلان في مقابل لغو وسفاسف أمور تتكاثر من المستخدمين والتي لا يمكن نشرها أو حتى توزيعها من خلال أي مصادر محترفة.

موت التسجيلات الموسيقية

في أواخر عام ٢٠٠٥ بينما كنت أتحدث مع ألان بارسون وهو المنتج الأسطوري للتسجيلات، والمعروف في هندسة الصوت مع ألبوم البيتلز سنة ١٩٦٩ بعنوان Abbey Road وألبوم Dark Side of the Moon لفريق بينك فلويد في عام ١٩٧٣ .

فالألبومان حققا نجاحات اقتصادية كبيرة. فمبيعات سنة ٢٠٠٤ ألبوم Dark Side of the Moon الجانب المظلم من القمر "زاد على أربعين مليون أسطوانة مما جعله من أفضل عشرين ألبومًا في التاريخ. وألبوم Abbey Road والصورة الأيقونة لفريق البيتلز يعبرون شارع شمال لندن هو أفضل ألبوم في المبيعات رقم ٤٦ على مدار التاريخ وقد رشح للأسطوانة البلاتينية ١٥ مرة.

الألبومان السابقان يمثلان تمجيد اقتصاد ووسائل الإعلام الجماهيرية والتي شكلت القرن العشرين. فهذان الألبومان صنعا الثقافة الجماهيرية والسياسية وعروض القضايا الاجتماعية والتي ربما لن تتكرر أبدًا. كما أنهم كوّنوا منها ثروات. في عام ٢٠٠٢ كان ألبوم Dark Side of the Moon ما زال يبيع ٤٠٠,٠٠٠ نسخة، مما جعله من أفضل ٢٠٠ ألبوم تحقق مبيعات في ذلك العام، تقريبًا بعد نحو ثلاثين سنة من أول إصدار.

ولقد قابلت بارسون أول مرة في وادي السليكون في مؤتمر عرف

باسم "Media Business Five (MB5)" والذي أعددته في خريف سنة ٢٠٠٠ وقد دعوت للمؤتمر نحو مائة من كبار الحالمين في وسائل الإعلام ليضعوا تصوراً لمستقبل صناعة المعرفة والترفيه.

وكان السؤال الذي طرحته على كل واحد في MB5 هو "أين الأموال" ؟

بالإضافة إلى بارسون، فإن خريجي MB5 شملوا جوناثان تابلين، وهو من قلب هوليوود الذي أنتج لمارتين سكورسيس "Mean Streets" وفرانك كازانوفا، رئيس شركة Streaming Media at Apple وتشوك دي من Public Enemy وأول فنان راب Rap جاد كما كان من بين المدعوين كريس شرودر الذي كان في حينها الرئيس التنفيذي لطبعة صحيفة واشنطن بوست أون لاين ومايكل روبرتسون مؤسس MP3.com وكثيرون غيرهما من الشخصيات البارزة في وادي السليكون وهوليوود.

وعندما تحدثت مع بارسون في ٢٠٠٦ أعلن نهاية بزنس التسجيلات كما نعرفها. سؤالي الأساسي عند -MP3 أين الأموال؟ – فما زالت الإجابة عصية. إن بزنس التسجيلات يحتضر. لقد شارف الحفل على النهاية.

سألته : " هل أنت حزين ؟ "

فأجاب : أمر مؤسف جداً نعم ، ولكني سعيد أنني عشت خلال

هذه الفترة- أى الكلمة - السنوات الجيدة" .

لا بد أن يكون هناك أموال نجمعها من خلال ربط الموسيقى بالإعلانات، أو أي مضمون آخر للبيع سواء كان صابون غسيل أوكابتشينو. ولكن الأيام الجيدة لبيع زمن صناعة الألبومات مثل Abbey Road قد ولى.

أما اليوم فإن كلمات الأغاني من أغنية مثل "النقود" في ألبوم Dark Side of the Moon تتردد بسخرية غريبة. وبالطريقة التي وصف فيها بارسون " بالسنوات الجيدة " فإن الأنفاس اللاهثة لوسائل الإعلام الجماهيرية المحتضرة حينما يبيع ألبوم أربعين أسطوانة في متاجر التسجيلات، مثل تاور فإن السرقة محدودة على نطاق صغير، فسرقة المتاجر بدلاً من تدمير الصناعة، فتحويل النموذج وتفكيك ٢٠٠ سنة من قانون الملكية الفكرية. في الوقت الذي تقفل فيه أكبر متاجر العالم للتسجيلات أبوابها المتميزة على ناصية Bay و Columbus فإننا نودع واحدة من أكثر الصناعات الثقافية وقاراً في العصر الحديث.

٦

فوضى أخلاقية

إذا كان ما تملكه هو ملكي أنا فلا تسرقه

اكتشفت "بريانا لا هارا" التي تبلغ من العمر اثنى عشر عامًا، في صيف عام ٢٠٠٣، لذة إدمان تنزيل الملفات الموسيقية من شبكة الإنترنت. وبدلاً من قضاء عطلة الصيف في ركوب الدراجات مع أصدقائها، أو الاسترخاء بتكاسل على حمام السباحة الخاص بالمدينة، قامت طالبة المرحلة الثانوية بالجلوس على جهاز الكمبيوتر الخاص بها، وقامت بإنزال ونسخ أكثر من ألف أغنية بطريقة غير قانونية ووزعتها على أصدقائها عن طريق استخدام تطبيقات مشاركة الملفات. ولم تلق لهذا الأمر بالاً حتى حل شهر سبتمبر حين دق باب منزلها مندوب جمعية صناعة التسجيلات الأمريكية، وأخبرها أنها متهمة في قضية من بين ٢٦١ قضية يتم التحقيق فيها في إطار حملة تشن على "متبادلي الملفات الشائنة على وجه التحديد"، (وقد تم في النهاية التوصل إلى تسوية في هذه القضية خارج نطاق المحكمة).

والسؤال الذي يطرح نفسه هنا هو: هل كانت "لا هارا" تدير شبكة دولية من لصوص المعلومات الرقمية، أم قامت بارتكاب خطأ

ساذج من أخطاء المراهقين دون تعمد؟ بالطبع لم تكن مجرمة تخرق القانون، فهي لم يكن لديها أدنى فكرة عن أنها ترتكب خطأ من الأخطاء. وتقول في هذا الشأن: " كنت أعتقد أنه أمر لا غبار عليه أن أقوم بإنزال ملفات موسيقية، لأن أمي قامت بدفع مقابل لخدمات الاشتراك" .. كانت هذه العبارة نص كلماتها لجريدة "نيويورك بوست"، إلا أنه من الناحية الفنية، فإن دفعها لرسوم الخدمة لا يعني إعطاءها الحق في إنزال هذه الملفات الموسيقية ونسخها ومشاركة الآخرين في هذه الأغاني، ولكن في ظل عصر يعتبر التشارك في الملفات وإنزال الملفات الموسيقية، ونسخ بعضها ولصقه على ملفات الكمبيوتر - خاصة بين الفئات الأصغر سنًا - أمرًا عاديًا لا تشوبه أي شائبة، فهل يعد ما فعلته هذه الفتاة أمرًا مثار دهشة واستغراب؟ لكن كما كانت نوايا "لا هارا" بريئة، تبقى الحقيقة أن سرقة حقوق الملكية الفكرية كما هو الحال في تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية، أمرًا منتشرًا ومتفشيًا إلى حد بعيد، بل وربما يكون مدمرًا وشبيهًا بسلالة جديدة من السلالات المسببة لحدوث مرض أنفلونزا الطيور.

وها قد أصبحت المبادئ الأخلاقية لليهودية والمسيحية التي تنص على احترام ملكيات الآخرين وكانت إحدى الركائز التي قام عليها مجتمعنا منذ نشأة الدولة، تلقى في ملف الإلغاء الموجود على واجهة أجهزة الكمبيوتر الخاصة بنا، كما أصبحت عمليات النقل وإعادة المزج والاستعارة، والنسخ - أي ما يمكن أن نطلق عليه عمليات السرقة - لحقوق الملكية الفكرية من أكثر الأنشطة السائدة على الإنترنت، وهو ما

يعني إعادة تشكيل وتشويه قيمنا وثقافتنا.

ويعد مدى اتساع وانتشار عمليات السرقة أمرًا محيرًا. وأنا لا أشير إلى عمليات السطو والسرقة التي تقدر بمبلغ ٢٠ مليارًا من الدولارات يومًا بعد يوم من صناعة الموسيقى، أو إلى مبلغ ٣,٢ مليار دولار والتي يتم الاستيلاء عليها من صناعة السينما. ومن المحزن حقًّا أن عملية الإنزال غير القانونية للموسيقى والأفلام أصبحت أمرًا معتادًا جدًّا يفعلونه دونما تفكير، حتى بين الملتزمين بالقانون مثل "لا هارا"، "كيف لنا أن نعرف أنه أمر غير قانوني؟"، هذه العبارة قالها موظف السجلات الحسابية من مدينة "ريدوود" في كاليفورنيا، والذي قام بنسخ قائمة بالأغاني التي سيتم إذاعتها على الراديو وذلك ليمنحها لأصدقائه كهدية في حفلة لهم.

لا تقتصر المشكلة فقط على سرقة الأفلام والموسيقى والأغاني والاستيلاء عليها، بل إنها أصبحت مأزقًا أكثر اتساعًا يطرح أسئلة عن هوية المالك وطبيعة ما يملك في زمان أصبح بإمكان الفرد فيه من خلال نقرة على الفأرة أن يقطع ويلصق المحتوى في ملفات الكمبيوتر ويدعي بعد ذلك أنها ملك له. وقد جعلت تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية الأمر أكثر صعوبة وإرباكًا بخصوص الملكية الفكرية، حيث قامت بخلق جيل كامل من منتحلي الأعمال وسارقي حقوق الملكية دونما أدنى مراعاة لحقوق الملكية الفكرية. وبالإضافة إلى سرقة ملفات الموسيقى والأفلام، فإنهم يقومون أيضًا بسرقة المقالات والصور والخطابات والأبحاث وأفلام الفيديو والأغاني الشائعة والشخصيات

وكل مـا يمكـن أن يتـم نقله بالوسـائل الإلكـترونيـة. عـلاوة على ذلك، يعـمـد أبناؤنا إلى إنزال واسـتخـدام هذه المواد المسـروقـة والاسـتعـانة بهـا كنوع من عـمليـات الغش في المدرسـة والجـامعـة، حيث يقـومـون بنقل كلمـات الآخـرين وتعـبيـراتهـم وأعـمـالهـم إلى أوراقـهـم واعـتـبـارهـا من مشروعاتهم وأبحاثهم الخاصة.

وقـد كـشـفـت دراسـة أجـراهـا "مـركـز الأمـانة الأكـاديميـة" عـام يونيـو ٢٠٠٥ وشملت ما يربو على ٥٠ ألف طالب من طلاب الجامعة، عن أن نسبة ٧٠٪ من طلاب الجامعة قد اعترفوا بأنهم قد تورطوا في صورة ما من صـور الغش، بل والأسـوأ من ذلك أن نسـبة ٧٧٪ من طلاب الجـامعـة قد أعربوا عن عدم اعتقادهم بأن عمليات الانتحال الأدبية عبر الإنترنت لا تعد خطأ جسيماً. هذه النتائج المزعجة تعكس مدى خطورة المشكلة فيما يتعلق بكل من الإنترنت والثقافة. فالواقع يقول إن الثورة الرقمية قد أسهمت في خلق جيل من المنتحلين الذين لا يتورعون عن نقل أي مـادة وتصـويرها على الشـبكة العـالميـة ولا يرون غـضـاضـة في ذلك بل الأكثر من ذلك أنهم يعتبرونها ملكية عامة.

ولا يقـتـصر هذا التعريف المعوج للملكية الفكرية والحيازة وحسب على عدم إدراك الطلاب والعارفين بأجهزة الكمبيوتر وبرامجها، بل يمتد أيضًا إلى رجال الدين في هذه الأيام، إذ تجدهم يتحولون إلى منتحلين لآراء الآخـرين وأفكارهم. فـمن خـلال مـواقع العظات على شـبكة الإنتـرنت مـثل مـوقع sermoncentral.com ومـوقع desperate-preacher.com تتيح لهم نصوصًا للكثير من العظات الدينية التي

يسهل إنزالها من شبكة الإنترنت، وطبقًا لما أوردته صحيفة "وول ستريت جورنال"، فإن معظم القساوسة يلقون مواعظ سبق وأن ألقاها غيرهم، بصورة حرفية تقريبًا، دون الإشارة إلى المؤلف الأصلي لهذه المواعظ. وفي هذا الشأن، يقول "بريان موون"، راعي كنيسة في فلوريدا، "من غير المعقول أن نعيد اختراع الآلة من جديد." معترفًا بتقديمه لموعظة قام بشرائها بعشرة دولارات من موقع لقس آخر على الشبكة العالمية، ويتابع حديثه قائلاً:

"إذا ما وجدت منتجًا جيدًا فلماذا، تقوم بضرب رأسك إلى الحائط لتقوم بإعداده بنفسك؟". فقد أصبح من السهل عليك أن تقوم باستغلال جهود الآخرين الخلاقة في عالم تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية المعروف باسم (Web2.0)، وهو الأمر الذي امتد حتى طال رجال الدين لدينا، والذين نتوقع منهم أن يكونوا نماذج للفضائل.

ويقول البروفيسور "لورانس ليسيج"، أستاذ القانون بجامعة ستانفورد، إن "المشاركة القانونية، و"إعادة استخدام" الممتلكات الفكرية أمر يصب في صالح المجتمع". وكما سبق أن أوضحت في الفصل الأول، فإن البروفيسور "لورانس ليسيج" يريد أن يستبدل ما يطلق عليه سياسة "القراءة فقط على الإنترنت" بأخرى تعني "بالقراءة والكتابة على الإنترنت". ويمكنك من خلال هذا الأسلوب أن تقوم بمزج تطبيقين أو أكثر من تطبيقات الويب بدون تمييز بينها. ويقترح

البروفيسور "ليسيج"، وهو يتابع حديثه على غير هدى، أن تكون المحتويات الرقمية، سواء أكانت على شكل أغنية أم أفلام فيديو أم قصة قصيرة أم حتى صورة، ملكية عامة يستفيد منها جميع الأفراد. ولكن ما عجز "ليسيج" عن إدراكه هو أن معظم محتويات هذا المزيج الذي يشترك فيه الكثيرون، بصرف النظر عن عدد مرات ربطها أو ارتباطها العرضي أو التعليق عليها أو نسخها، قد تم تأليفها أو كتابتها بعرق جبين أفراد مبدعين وعن طريق الاستخدام المنظم لموهبتهم.

وبطبيعة الحال، لا يمكننا أن نلقي باللائمة على تطور التكنولوجيا الرقمية وحدها فيما يخص هذه الثورة من الانتحال والإنزال غير القانوني للبيانات، فلقد نمت ثقافة تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية وتطورت في ظل الاحتفاء بعمليات مشاركة الملفات، وها هي الآن تقدم على نطاق واسع الأدوات التي تجعل عمليات النقل والغش تتم بصورة أكثر سهولة، وأكثر إغراءً للكثيرين، بل جعلت الأمر برمته شبيهًا بالإدمان بالنسبة إلى الكثيرين. ومع كون الحضارة الرقمية في متناول أنامل أصابعنا، فما المانع أن نقوم بذلك، بل أيضًا من سيعرف أننا نقوم بذلك؟ وعلى أية حال، وكما يمكن أن يخبرك أي لص من لصوص المتاجر، إنه أمر غاية في السهولة أن تسرق إذا كان من الممكن ألا يراك صاحب المتجر وجهًا لوجه.

وتكمن الحقيقة في أن الحصول على أعمال الآخرين الإبداعية، سواء من الملفات المشتركة للأعمال الموسيقية، أو إنزال الأفلام

السينمائية أو الفيديو، أو نقل كتابات الآخرين، واعتبارها وكأنها من كتاباتهم، كل هذه الأعمال، ليست فقط غير قانونية في معظم الأحوال، بل إنها غير أخلاقية أيضًا. وقبول هذا السلوك على نطاق واسع واعتباره أمرًا مسلمًا به، يهدد بتقويض دعائم المجتمع الذي تم بناؤه على أساس العمل الجاد، والابتكار، والإنجازات الفكرية لكتابنا، وعلمائنا، وفنانينا، فضلاً عن الملحنين، والموسيقيين، والصحفيين، والخبراء، ومخرجي الأفلام.

ويحاول البروفيسور "دينيسي بوب"، الأستاذ بجامعة ستانفورد، أن يبرر هذا النوع من الغش على أنه يأتي كنتيجة طبيعية للضغوط التعليمية المتزايدة الواقعة على الأبناء، ومن جانب الطلبة هناك منطق غريب لتبرير الغش يقوم على مقولة: "الساعة الآن الثالثة صباحًا، وقد أضنيت نفسك وبذلت الكثير من المجهود ....، لذا فبدلاً من أن يضيع كل جهدك هباءً، فإن فرصتك هي في الانتحال".

ولكن الواقع يقول بأن الطلبة الذين يلجئون إلى الانتحال والسرقة الأدبية لا يتعلمون شيئًا. ومن خلال حرمان الفنانين، والكُتّاب من حقوق التأليف الأدبية المستحقة لهم، فإنهم لا يتسببون في إلحاق الأذى بمن يسرقونهم وحسب، بل إنهم يلحقون ضررًا بجميع أفراد مجتمعنا.

المقامرة على المنـزل

أمسك لص البنوك، البالغ من العمر ١٩ عامًا، ورقة مكتوبة بخط اليد في راحة يده الغارقة في العرق الغزير. وكانت هذه الحالة من الاستعجال والاندفاع التي شعر بها تماثل إحساسه عندما كان يمارس لعبة البوكر على الإنترنت؛ إذ أحس بنفس المزيج من مشاعر البهجة والغثيان، ونفس دقات القلب السريعة، ونفس جفاف الحلق، ونفس اللفحة التي كانت تحرق وجهه، ونفس مشاعر الوهن والعجز، كما لو لم تكن أعماله من بنات أفكاره.

ثم دحرج قصاصة الورق عبر منضدة شباك البنك إلى صرافة البنك، كان يبدو وكأن ثمة شخصًا آخر قد خط الرسالة على عجل، كما لو كان شخص آخر يقوم بسرقة البنك.

"أريد مبلغ عشرة آلاف دولار نقداً، معي مسدس، وتصرفي بهدوء وبسرعة، وإلا فإنني سأطلق الرصاص عليكِ، لا مفر!!!

كان كل شيء يجري في ذهنه في صمت مطبق، كان شبيهًا بذلك الصمت المطبق الذي يتبع الدور الأخير في لعبة البوكر أثناء ممارستها على الإنترنت، كان الوقت قد توقف تمامًا في ذلك البنك الهادئ الواقع في بنسلفانيا، وتجمد كل شيء.

وجاء دور صرافة البنك، هل تقوم بتسليمه المبلغ، أو تقوم بالاحتيال عليه وهي تحت التهديد بالمسدس.

كانت صرافة بنك واتشوفيا سيدة من مدينة ألن تاون اسمها "هيام تشاتي" تحملق في الفتي المراهق ذى الملامح الطفولية الذي يقف أمامها، وكان الشاب يرتدي سترة خضراء اللون مصنوعة من الصوف وغطاء رأس أحمر اللون يشبه غطاء الرأس الذي يرتديه لاعبو البيسبول. وكانت ملامحه شبيهة بملامح خادم المذبح في إحدى الكنائس الذي حاد عن طريق الصواب، وكانت نظراته المحملقة وهيئته المزرية توحي بأنه مدمن عقاقير أو مسه الجان.

مالت السيدة "تشاتي" بجسمها وقامت بإفراغ صندوق النقدية ثم ناولته مبلغ ٢٧٨١ دولاراً من العملات الورقية غير الجديدة، فقام بحشوها في حقيبة يعلقها على ظهره، ثم هرول خارجًا حيث الجليد يكسو الأرض في فترة ما بعد ظهر ذلك النهار. وهنالك في الطريق الذي جرفته الثلوج، كانت هنالك سيارة معدة للهروب بانتظاره، سيارة سوداء اللون من طراز "فورد إكسبلورر". قفز إلى السيارة التي دارت مزمجرة وانطلقت السيارة بينما كان الظلام يبدأ في الحلول.

وتم إلقاء القبض على اللص في مساء ذلك اليوم بواسطة قوة من البوليس المسلح بالقرب من حرم جامعة "ليهاى"، عندما كان هذا المجرم اليائس صغير السن في طريقه إلى التدريب المسائي في الأوركسترا، والذي اتفق أنه كان عازف آلة التشيللو الثاني في فرقة الجمعية الموسيقية لجامعة "ليهاى".

كان هذا الفتى يُدْعى "جريج هوجان"، وبالإضافة إلى كونه عضواً بالجمعية الموسيقية، ورئيسًا لدفعة طلاب ٢٠٠٨ لجامعة "ليهاى"، فإنه كان مساعداً لقسيس الجامعة.

"أمي إنني في حالة يرثى لها، لقد ارتكبت حماقة حقيقية"، قال هذه العبارة طالب الصف الثاني في جامعة "ليهاى" وهو يعترف لها في مكالمة معها بالهاتف المحمول، بعد أن تم القبض عليه بواسطة ضابط البوليس ووجهت له تهمة سرقة بنك.

لماذا دمر رئيس دفعة طلبة ٢٠٠٨ حياته مقابل مبلغ ضئيل قدره ٢٨٧١ دولاراً؟ السبب في منتهى البساطة أن "جريج هوجان" كان قد أصبح مدمنًا للمقامرة عبر شبكة الإنترنت.

فقد اتضح أنه في فترة الأحد عشر شهراً التي سبقت عملية السطو المسلح على البنك، كان طالب الصف الثاني في جامعة "ليهاي" مدينًا بمبلغ ٧٥٠ دولاراً، وكان قد قام بالسحب على المكشوف من ١٤ بنكًا. واقترض من والديه، وإخوته، و"جمعية طلاب أخوة سيجما فاى إيبسيلون"، كما قام بتبديد مدخرات أسرته الخاصة المتمثلة في سندات بمبلغ ١٢٠٠ دولار كانت مخصصه له منذ ولادته. كانت البداية عبارة عن رهان بمبلغ ٧٥ دولاراً على موقع للبوكر على الإنترنت، ثم تحول لديه كهاجس مرضي وحيد يستحوذ على جل تفكيره. وسرعان ما بدأ "هوجان" في الغياب عن المحاضرات، وعدم تناول الوجبات مع أفراد الأسرة، ثم صار منغمسًا دائمًا بلا نوم، إذ كان يستمر في بعض الأحيان لمدة ١٤ ساعة متواصلة، وعلى الفور استحوذت المقامرة على الإنترنت

عن طريق البوكر على حياته كلها. وهكذا كان السطو المسلح يتشابه مع الخطوة الأخيرة في لعبة "الهاي ستيكس" التي استحوذت عليهم، وكانت نتيجة الدور الأخير من أدوار المقامرة قضاء عشر سنوات خلف القضبان.

كان "هوجان" نجل كاهن معمداني في أوهايو، عبقرية موسيقية والذي قام وهو في الثالثة عشرة من عمره بالعزف مرتين على البيانو في "صالة كارنيجي". تلقى تعليمه على يد أمه في المنزل حتى بلغ الرابعة عشرة من عمره حين فاز بمنحة دراسية من جامعة ولاية أوهايو، وهنالك برع في الموسيقى وفي دراسته الأكاديمية. كان يعزف على البيانو والتشيللو في أوركسترا الكلية، وكان يعمل كمتطوع جمهوري من الشباب لقيادة الساسة والقضاة في ولاية أوهايو. وعند التخرج اقتبس "هوجان" مقولة لونستون تشرشل للصفحة الخاصة به في الكتاب السنوي للجامعة جاء فيها: "سيكون التاريخ رفيقًا بي لأنني كنت أعتزم كتابته". وفي جامعة "ليهاي" كتب "هوجان" تاريخه الخاص حقًّا، ولكن تاريخه هذا لم يكن تمامًا كما كان يتوقع.

ليس "هوجان" وحيداً في إدمانه السري هذا، فبفضل عشرات المواقع مثل (partyGaming,- SportingBet, -888.com, - Be-tonSports,- and Bodog.com)، أصبحت المقامرة على الإنترنت مرضًا قوميًّا. ففي العام الذي قام فيه "هوجان" بالسطو المسلح على بنك "الن تاون واتشوفيا"، كان يتم إنفاق ٦٠ بليونًا من الدولارات على مراهنات البوكر وحدها.

وفي ذلك العام، حسبما ورد في بحث أجراه "مركز أنيبرج للسياسات العامة"، قدر أن ما يقرب من ١,٦ مليون طالب جامعي، ١,٢ طالب تحت سن ٢١ سنة يقامرون بانتظام عبر الإنترنت، وأن عدد الطلاب الذكور الذين يقامرون على الويب أسبوعيًا قد تضاعف ٤ مرات. أدمن بعض الطلاب الجامعين المقامرة عبر الإنترنت لدرجة أنهم كانوا يقضون كامل أوقات يقظتهم وهم ملتصقون على شاشات حواسبهم المحمولة، ولا يبرحون مهاجعهم المزودة بوصلات الإنترنت السريعة، وفي بعض الأحايين يغلبهم النوم وهم لا يزالون في معمعة المقامرة.

يخبرنا علماء الأبحاث أن إدمان المقامرة عبر الإنترنت يشبه بإدمان الكوكايين والكحول وكافة صور الإدمان الأخرى. ففي دراسة قامت بها خبيرة المقامرة على الإنترنت الدكتورة "نانسي ببيتري" في "جامعة مركز صحة كونيكتيكت" عام ٢٠٠٦، توصلت إلى أن ٦٥٪ من مقامرات الإنترنت هي حالات إدمان مَرضية، وأن مدمني المقامرة عبر الإنترنت هم الأكثر عرضة لأن يصبحوا مدمنين للمقامرة أكثر من أولئك الذين يرتادون كازينوهات المقامرة. ولكن لماذا؟ لأنه، وعلى العكس من المقامرة بالذهاب إلى الكازينو الذي يتطلب منك الذهاب إلى حيث يقع هذا الكازينو، فإن المقامرة عبر الإنترنت يمكن أن تتم من أي مكان، وعلى مدى ٢٤ ساعة في اليوم. وكما تقول "نانسي ببيتري"، فإن توافر المقامرة عبر الإنترنت قد تستقطب الأفراد الذين يبحثون عن الوحدة وعن الخصوصية حتى لا يتعرف الآخرون عليهم، وعلى سلوكياتهم

التي تميل إلى المقامرة. وتتوقع السيدة نانسي أن إمكانية الوصول إلى الإنترنت بسهولة والمقامرة من خلالها من المحتمل أن تتزايد مع التزايد الضخم للإنترنت.

وتكاد مقامرات البوكر عن طريق الإنترنت تصبح أفيونًا للتجمعات الطلابية في الكليات الجامعية. ومع تزويد حرْم الجامعات بوصلات الإنترنت فائقة السرعة، فإن الإدمان ينتقل من مهاجع الطلاب إلى قاعات الكليات، بل ويمكن أن ينتقل إلى قاعات الدراسة. ونتيجة لذلك، فإن الحالات المشابهة لحالة "هوجان" ليست نادرة بأي حال من الأحوال.

"إنها تشوي عقلي"، بهذه الكلمات اعترف طالب من فلوريدا كان قد فقد ربع مليون دولار في مقامرات البوكر على الإنترنت، وأردف قائلاً "إنني أتسلل من مهجعي إلى جهاز الكمبيوتر، وأظل جاثمًا هنالك لما يقرب من عشرين ساعة. وفي ليلة من الليالي، وبعد أن خلدت إلى النوم رن جرس الهاتف، وقمت بالتقاط سماعة التليفون قائلاً: "أنا أزيد قيمة الرهان...." وكان والدي على الخط الآخر من التليفون.

كشفت دراسة لصحيفة "نيويورك تايمز" في يونيو ٢٠٠٦، ألقى "ماتاثايس شوارتز" باللوم في انتشار المقامرة عبر الإنترنت فيها على الجامعات على ما اعتبره بالوباء الوطني. وقال "يجب على المدراء ألا يتركوا من يعتنقون مبدأ "لأنك تستحق أن تستمع بما يتمتع به كل

شخص" ينصبون حاسباتهم المحمولة في مهاجعهم للوصول إلى الإنترنت فائق السرعة كنوع من اللباقة، مما يترك لكل طالب معه كارت ائتمان دقائق فقط بعيداً عن المقامرة عبر الإنترنت.

ويعيد نمو أعداد المقامرين عبر الإنترنت إلى الأذهان ما حدث عندما قامت الدول الأوربية الكبرى بتصدير الأفيون إلى الصين في القرن الثامن عشر، ونفس الآثار المرعبة التي نتجت عن ذلك من مدمنين ضعفاء، وانتشار أوكار تعاطي الأفيون، وكذلك مواطنون غير مستقرين وغير ملتزمين أخلاقيًّا. ومع نهاية القرن التاسع عشر، كان أكثر من نصف سكان الصين من مدمني الأفيون، وأصبح المجتمع الصيني لا مثيل له، والسؤال هنا هو: هل يمكن أن يحدث لنا مثل هذا الأمر اليوم وعبر الإنترنت؟ وهل يمكن أن يفقد قطاع عريض من السكان في وطننا مثل "جريج هوجان" المقدرة على التحكم في حياتهم؟

يمكن للمرء ان يتبين كيف أن المقامرة عبر الإنترنت أمر في منتهى الإغراء، عليك فقط أن تفتح جهاز الكمبيوتر الخاص بك، ثم اكتب اسم البوابة الرئيسية للموقع، وستجد نفسك في "لاس فيجاس" حقيقية. توصيل خدمة الإنترنت. ٢٤ ساعة بدون توقف - مدينة فردية للخطيئة فى كل بيت وفى كل مكان بعيداً عن سكن الحرم الجامعى فى كل كلية فى أمريكا - إنها متساوية مع لاس فيجاس فى وسائل الإغراء.

في مناظرته الجدلية ضد الحياة المبتذلة في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٨٥ والتي كانت تحت عنوان "تدليل أنفسنا حتى الموت" يقول "نيل بوستمان" : إن "لاس فيجاس" قد أصبحت كناية شخصيتنا وأمانينا الوطنية، العلامة المميزة هي لوحة إعلانية مصورة يبلغ ارتفاعها ثلاثين قدمًا لماكينة مقامرة، وفتاة مساعدة تقف في المؤخرة. أما اليوم ومع عصر انتشار تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية المعروفة باسم (Web2.0)، فإن "بوستمان" يبدو وكأنه "جيبسون" عندما كان يصف أفول عصر الإمبراطورية الرومانية. تلك الصورة التي تمثل ماكينة القمار تم تطويعها للتكنولوجيا الرقمية ولتصبح حقيقة واقعة، والآن هي دائمة ومتاحة في كل لحظة.

في هذه الأيام لست في حاجة للسفر إلى "لاس فيجاس"، ولكن "لاس فيجاس" هي التي تأتي إلينا، كما كتب "شوارتز" في معرض حديثه عن طلاب الجامعة والمقامرة عبر الإنترنت.

الرجال الذين يأتون لأول مرة يتم تعليمهم بواسطة جهاز عرض (ESPN) لمباريات بطولة "كريس موني ميكر"، عن أسطورة المحاسب المستدير الوجه ذى السبع والعشرين عامًا، والذي قام بإيداع ٤٠ دولارًا في حسابه بشركة (Pokerstarsz.com)، وراهن ليربح مبلغ ٢٫٥ مليون دولار في (World series of Poker) في "لاس فيجاس" وهي تعادل بطولة العالم في البوكر.

من خلال حجرات النوم، ومعامل الكمبيوتر، وقاعات المحاضرات

الخلفية الصغيرة، حيث يمكنك أن تسمع أصوات الأصابع التي تعبث بمفاتيح أجهزة الكمبيوتر أثناء عمليات تربو أرباحها على ملياري دولار غير خاضعة للضرائب يتم سحبها إلى حسابات في بلاد العالم الخارجي كل عام.

كان "جريج هوجان" يحمل معه "لاس فيجاس" الخاص به حول العالم أينما ذهب. يستطيع في بعض الأحيان أن يقامر لفترة ٤ أيام باستمرار من مخدعه..

حتى إنه أحضر معه كازينو القمار الخاص به إلى مكتب الكاهن في أوهايو خلال إجازته الشتوية، حيث قام بالاحتفال بالكريسماس وهو يقامر في البوكر ومقامرات إدمانية أخرى عن طريق الإنترنت باستمرار تصاحبه موسيقى "جرين داي"، و"إنكيوباس"، و"٣١١" تصدح في الخلفية.

كانت المقامرة مثلها مثل السرقة موجودة بفترة طويلة قبل الإنترنت، ربما في فترة تقارب بدايات الحضارات البشرية. ربما كانت الزيادة في عدد كازينوهات المقامرة، والمقامرة عبر الإنترنت حيث قللت الكثير من الشعور بالوصمة الاجتماعية، والسماح لنا بالمقامرة سرًّا أو علنًا، من منازلنا، ومن مكاتبنا، وفي طريقنا إلى العمل، وحتى من خارج خطوط ملاعب كرة القدم لأطفالنا.

المقامرة عبر الإنترنت محظورة بحكم القانون في الولايات المتحدة الأمريكية طبقًا للقانون الفيدرالي رقم ١٩٦١، وحتى صيف عام ٢٠٠٦

لم يكن هنالك موقع واحد على الإنترنت تم إدانته، وازدهرت الصناعة التي نتج عنها دخول بلغت ما يقرب من ٦ مليارات دولار في أمريكا في عام ٢٠٠٥ .

بين عشية وضحاها ازدهرت أعمال مواقع مثل: (BetonSports)، و(٨٨٨ .com)، و(SportingBet)، و(PartyGaming)، وجعلوا مقر خادمات الكمبيوتر الأساسية لهم في أماكن معفاة من الضرائب مثل "كوستا ريكا"، و"جبل طارق"، و"أنتيجوا"، و"جزر الأيلند"، حيث يمكن أن يتجاهلهم قوة القانون الأمريكي، ويتم مواجهة خطر المقامرة عبر الإنترنت الآن فقط كما سنرى في الفصل.

هناك نسبة كبيرة من المجتمع يشعرون بأن الشباب البالغ مسئولون عن أعمالهم الخاصة، ولهم أن يشعروا بالحرية إذا ما رغبوا في المقامرة، ولكن التكاليف الاجتماعية لهذه المقامرة تمتد آثارها إلى أبعد من تحطيم حياة الأفراد، تفككت الروابط الأسرية، تواصل المدمنون اليائسون مع أمثالهم من المدمنين اليائسين، وربما في بعض الأحيان مع المجرمين في محاولاتهم للحصول على المزيد من النقود، وأيًّا كانت الزاوية التي تنظر بها للأمور، فإن المقامرة على الإنترنت هي أمر خطير وغير قانوني، والحكومة بتقاعسها عن الانقضاض عليها فإنها تدمر ثقتنا في أن يسود حكم القانون.

والأكثر من ذلك أن المقامرة عبر الإنترنت ترسل إشارات مرعبة إلى أطفالنا عن قيمة النقود، ما تغرسه المقامرة على الإنترنت من سلوكيات بأن ما يأتي سريعًا وبسهولة يذهب سريعًا هي قيمة أخلاقية غادرة

نعطيها لأطفالنا، تغذي المقامرة على الإنترنت خيال أطفالنا بمفهوم الحصول على شيء مقابل لا شيء.

تم إغواء "جريج هوجان" بوعد بالحصول على النقود بطريقة سهلة عن طريق البوكر، عندما رأى طالب مقامر آخر يفوز بمبلغ ١٦٠٫٠٠٠ دولار أمريكي، اعتقد الفتى الغِرّ ذو الثمانية عشر ربيعًا أن تلك النقود يمكن أن تكون له إذا لعب بأوراقه بطريقة صحيحة–إذا غفر لي القارئ العزيز هذا الوصف.

ومن سخرية الأقدار أن هذا الطالب إذا شق طريقه ببساطة من خلال الاستذكار والعمل الجيد في دراسته بالكلية يمكن أن ينال شهادة وينتهي به الأمر بالعمل في "وول ستريت"، أو "مين ستريت" والتي في النهاية يمكن أن تكون له أكثر ربحية بكثير.

يضحك خبراء وادي السليكون ساخرين من التفكير عتيق الطراز بالاحتفاء بالعمل الجاد، والانضباط الذاتي، والاقتصاد، والتضحية بالنفس، وذلك ربما لأن تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية المعروفة باسم (Web2.0)، واقتصاديات (YouTube) بتقديراتها غير العقلانية وأصحاب الملايين الحاليين، حيث يمكن لشابين لم يتجاوزا العشرين عامًا إلا بقليل أن يقوما بدفع مبلغ ١٫٦٥ بليون دولار، وأكثر من ٣٠٠ مليون دولار لكل منهما كأسهم وذلك مقابل موقع إنترنت غير مربح تم إنشاؤه منذ ١٨ شهرًا فقط وأن يقوما بغزو باقي الولايات المتحدة الأمريكية ونقل عدوى المواقف غير العقلانية

ومعتقدات ألعاب القمار إليها والتي تشي بوهم أن الأيقونة المختصرة على سطح جهاز الكمبيوتر يمكن أن تنقلهم إلى الثراء السريع والذي أصبح نمط حياة ليس فقط دولار، وأكثر من ٣٠٠ مليون دور في وادي السليكون ولكن في المجتمع ككل.

ربما لن نستطيع التغلب على المقامرة عن طريق الإنترنت، ولكننا نستطيع تجريم سلوكيات الإنترنت الأخرى كإدمان الصور الخليعة ومشاركة الملفات، ولكن أليس علينا مسئوليات تجاه المجتمع لمحاولة التحكم في هذه السلوكيات حتى لا تصبح أفيون القرن الواحد والعشرين؟ أبدى "جيمس ماديسون" أحد العقلاء من مؤسسي أمريكا ملاحظة ذات مرة قال فيها : "نحن لا نفعل الصواب دائمًا في كل مرة، لأننا لسنا ملائكة، وهذا هو السبب في القيام بسن تشريعات تقوم بمساعدتنا في تنظيم غرائزنا وسلوكياتنا غير السوية" .

بالطبع هذا الموضوع أخلاقي في المقام الأول والأخير، وبالنسبة إلى أصحاب تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية المعروفة باسم (Web2.0)، فإن النقاش في موضوع أخلاقي مزعج وغير مريح بالمرة بالنسبة إليهم، إنها تثير علامات استفهام عديدة بالنسبة إلى نوعية المجتمع الذي نرغب فيه ونوعية التنشئة التي نريدها لأطفالنا.

هناك أمر واحد مؤكد، إننا لا نرغب في تنشئة جيل على نمط "جريج هوجان" . وربما أيضًا نحتاج إلى وضع ضوابط على تعاطي الكحوليات لتصبح في أماكن مرخص لها وبحيث يمكنها مراجعة

هويات المرتادين إليها، وبالتالي يمكن مسائلتها إذا أسرف عملاؤها الدائمون في الشراب وحاولوا القيادة، وأيضًا المقامرة القانونية يجب أن تقتصر على الكازينوهات المرخص لها بدلاً من السماح بها داخل حجرات النوم ومكتبات الجامعات.

الجنس في كل مكان

الطريقة التي تُشَكّل بها تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية المعروفة باسم (Web2.0) أخلاقياتنا وقيمنا تظهر أوضح ما تكون في عالم الصور الفاضحة، ذكرت هيئة "توصيف ومراجعة موضوعات الإنترنت" أنه فيما بين عامي ١٩٩٨، ٢٠٠٣ حدثت طفرة في عرض الصور الفاضحة على الإنترنت حيث زادت بنسبة ١٨٠٠٪ فزادت من ١٤ مليون صفحة إلى ٢٦٠ مليون صفحة، كما تضاعفت أيضًا المواقع التي تقوم بعرض الصور الفاضحة بمعدل ٧ مرات، في الواقع من ٨٨٠٠٠ موقع في عام ٢٠٠٠ إلى ١ر٦ مليون موقع في عام ٢٠٠٤.

ليس من المستغرب أيضًا أن إدمان الصور الفاضحة على الإنترنت قد ارتفع بصورة درامية. يعتقد "المجلس القومي لإدمان الجنس والمعتقدات القهرية" أن نسبة تقع ما بين ٣٪، ٨٪ من الأمريكيين من مدمني الجنس بصورة أو بأخرى، كما يُقدرها "مركز سان جوزيه للمشاكل الزوجية والجنس" بنسبة ما بين ٦٪، ١٣٪ يستخدمون الصور الفاضحة على الإنترنت بصورة قسرية ويقضون ما لا يقل عن ١١ ساعة أسبوعيًّا

على المواقع التي تعرض الصور الفاضحة، وكنتيجة لذلك فإن برنامج من ١٢ خطوة لمعالجة الإدمان الصور الفاضحة بدأ ينتشر في كل أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية.

انحرفت تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية المعروفة باسم (Web2.0) إلى هذا الانفجار الذي يأخذ شكل الإدمان لهذه البذاءات من الصور الفاضحة التي ترتكز على اسم المستخدم والرقم السِّريّ، مثل (Voyeurweb)، و (pornotube)، والأخير انتحال لموقع (YouTube) التي تقدم الآلاف من الصور الفاضحة التي يصورها الهواة عن طريق الفيديو أسبوعيًّا، وكلها من المواقع التي يرتادها بكثرة مستخدمو الشبكة العالمية.

وطبقًا لهيئة قياس أعداد المرتادين على المواقع والتي يطلق عليها (Alexa.com)، فإن (Pornotube) التي تأسست في فبراير ٢٠٠٦، أصبحت في عام واحد فقط واحدة من أعلى ٢٠٠ موقع الأكثر شعبية، وبعدد زائرين أكبر بكثير عن تلك المواقع التي أسسها محترفون مثل موقع (.Playboy.com).

ذكر "المركز القومي للمفقودين واستغلال الأطفال" في تقرير أكثر رصانة تقديراً عن زيادة صور الأطفال الفاضحة على الإنترنت بنسبة ١٥٠٠٪، يجب أن يكون المرء عاملاً في "اتحاد الحريات المدنية الأمريكي" حتى لا يرى أن هذا يشكل هاجسًا حقيقيًّا لكل من مستقبل الإنترنت المفتوح، ومغزى المحتوى الأخلاقي لمجتمعنا.

تضع كل المجتمعات المتحضرة خطوطًا حمراء لبعض المناطق، وبعض العروض المصورة وبعض عروض الأسطوانات الرقمية والتي كانت صناعة متنامية لسنوات مضت، ولكن بعد ظهور الإنترنت فقط، وانتشار محتويات الهواة على تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية المعروفة باسم (Web2.0)، أصبحت الصور الفاضحة دائمة ومتاحة ومتنوعة ومنحلة أخلاقيًّا في عروضها كما أصبحت لا مهرب منها.

في استقصاء تليفوني شمل ١٥٠٠ شخص من مستخدمي الإنترنت -وهذه ليست مبالغة- في المرحلة العمرية ١٠-١٧ سنة وجد "مركز أبحاث الجرائم ضد الأطفال" بجامعة "هامبشير" أن ٤٢٪ منهم تعرضوا لهذه الصور، ٦٦٪ من هؤلاء الذين تعرضوا للصور الفاضحة على الإنترنت قالوا: إن هذا التعرض لم يكن مرغوبًا فيه منهم، هذا التقرير تم نشره في يناير ٢٠٠٧ وذكر أن نسبة صادمة بلغت ثلثي هؤلاء الأطفال تعرضوا لهذه الصور رغم أنفهم. وكما وصفها الدكتور "ميشيل ويزرمان" وهو طبيب أطفال في "أوتشسنر كلينك" في "ميتاري" بولاية "لويزيانا": "أنها أكثر وحشية من الغرب المتوحش".

تعتبر الصور الفاضحة الموجودة على الإنترنت بالنسبة إلى كثير من آباء الأطفال في عمر المراهقة أو ما قبلها- بمن فيهم أنا- كارثة أخلاقية، هل نريد لأطفالنا أن يتصفحوا الإنترنت لاصطياد صورًا من مواقع مثل (voyeur.com) حيث يمكن أن يجدوا صورًا فاضحة التي يضعها الهواة لأحد جيرانهم أو مدرس من مدرسيهم؟ وأي نوع من الدروس يتم تلقينها لهم عبر الإنترنت عن الحب الحقيقي ودور الجنس في علاقة

ناضجة؟ كيف يمكنهم ألا يستنبطوا مفاهيم مشوهة عن ماهية الجنس؟ هل من الصواب أن يتعرض أطفالنا لمثل هذه المحتويات المنحرفة مع كل رسالة بريدية غير مختارة أو مع كل إعلان قافز على البريد الإلكتروني؟ إن مواقع التعارف الاجتماعي في تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية المعروفة باسم (Web2.0)، لا تساعد بالتأكيد في منع إدمان الصور الفاضحة بين القُصّر.

ففي موقع مثل (MySpace)، تقوم فيه فتاة في الرابعة عشرة من عمرها، وتطلق على نفسها اسم مستعاراً للتواصل عبر الإنترنت مثل "الفتاة الشريرة" ، وتقوم بنقل صور عديدة لها تضعها على الإنترنت في وضع استفزازي، بلباسها الداخلي السفلي وهو عبارة عن مايوه سباحة بحجم طابع البريد، وملبس جلدي ملتصق بجسدها، أو ملبس للجزء العلوي يُظْهر مفرق صدرها.

هل هذه هي الثقافة أن تزداد شهرة الهواة وتدوم، ولكن كيف تسير الأمور؟ ففي فبراير ٢٠٠٦ قامت مجلة "بلاي بوي" بعمل استقصاء تليفوني عن الفتيات العراة في موقع (MySpace)، فزاد توزيع المجلة، وهذه هي الطريقة التي يتم بها الترويض والنشر، نشر الجنس بين المراهقين وأولئك الأطفال في سن ما قبل المراهقة في مواقع مثل (MySpace) يصبح أمراً معتاداً.

مواقع رسائل الاعترافات والتي فيها يتباهى فيها من هم في أعمار ١٣-١٤ سنة عن تجاربهم ومآثرهم الجنسية. بينما هو من المفترض الا

يكون متاحًا الدخول إلى الموقع لمن هم في عمر أكبر من ١٨ سنة للاطلاع على البيانات الشخصية لمن هم في ١٤-١٥ سنة بدون معرفة الاسم الكامل لهم أو العنوان البريدي (إلا إذا كانوا يكذبون بشأن أعمارهم كما يفعل معظم الناس عادة)، الأطفال في عمر ١٤-١٥ سنة، يمكنهم رؤية أية بيانات شخصية عن أي فرد كما يرغبون. يبدءون حتمًا في تقليد الصور والمواد الإباحية والفاحشة التي وضعها أقرانهم الأكبر سنًّا، والأكثر من ذلك أن "شبكات التعارف الاجتماعي عن طريق الإنترنت" تقوم برصد أطفال في أعمار أقل وأقل. ذكرت جريدة "وول ستريت جورنال" مؤخرًا أنه في ديسمبر ٢٠٠٦ كان ٢٢٪ من زائري موقع (MySpace) تحت سن ١٨ سنة وأن المواقع التي تستهدف الأطفال في الفئة العمرية ٨-١١ سنة مثل مواقع (clubpenguin.com)، و (imbee.com)، و (tweenland.com)، تنتشر مثل انتشار النار في الهشيم لتحاكي شهرة موقع (MySpace)، بعض هذه المواقع تستقبل عددًا كبيرًا من الزائرين يصل عددهم إلى مليونى زائر في الشهر الواحد. وبينما هنالك- نظريًّا- مراقبة من الوالدين على المكان، فإنه من السهل التحايل على ذلك، يستعمل الأطفال كلمات كشفرة كودية ومختصرات للتحايل على البرامج المانعة، كما يستخدمون الأرقام السرية لوالديهم للدخول إلى المواقع وتسجيل أنفسهم فيها. ويمكنني أن أقول: إن مواقع الجنس الدائمة على الإنترنت، والطفرة غير المسبوقة في محتويات المواد الجنسية على تلك المواقع الجماعية تؤدي إلى ازدياد النمو الجنسي والاجتماعي

للأطفال بطريقة خطرة للغاية. هل تريد دليلاً على ذلك؟

إليك الدليل: أجرى موقع مجلة الجنس (NERVE) على الإنترنت مقابلة مع فتاة في سن ١٣ سنة- تلميذة في السنة الثامنة أسماها "زد" عن الصور الإباحية في الإنترنت:

نيرف : هل سبق لك أن رأيت صوراً إباحية على الإنترنت؟

"زد" : بالتأكيد.

نيرف :كم كان عمرك عندما رأيت صوراً من ذاك القبيل لأول مرة؟

"زد" : أخمن.. إنني كنت في العاشرة، لأنه كانت هنالك إعلانات قافزة دخيلة، ونفايات من ذاك القبيل.

نيرف : هل تعرفين أي واحدة ممن تقوم بالاطلاع على مثل هذه الصور الإباحية؟

"زد" : أساساً كل صديقاتي يفعلن هذا الأمر.

نيرف : وهل تفعلين ذلك الآن؟

"زد" : نعم، لست أشعر بالخجل من أن أقول ذلك، معظم الوقت تختلف الطريقة التي تنظر بها صديقاتي إلى الأمر وتعليقاتهن: "يا إلهي"، "هذه ساخنة جداً"، "نعم هذه جيدة"، أنا أفضل نوعية الصور الهمجية.

يجب أن تمارس فتاة الثالثة عشرة الرياضة أو ركوب الدراجة، وليس

لها أن تجلس في غرف النوم المغلقة تطالع صوراً خليعة. يقوم الإنترنت بتحويل أجيال المستقبل إلى أجيال من الأطفال الغارقين في الفواحش، ولا يشعرون بأي حساسية تجاه هذه المواد التي تعتبر جوهر البذاءة، والتي ربما تقوم بتطوير إعاقة الأفضليات. ويالها من إباحية فجة.

ولكن هذا هو بالطبع أفظع وأقسى جزء في الجنس على الإنترنت.

وحقيقة أن "شبكات التعارف الاجتماعي عن طريق الإنترنت" أصبحت جاذبة كالمغناطيس لهؤلاء الشواذ حقيقيًّا في حياتهم، وبفضل كمية المعلومات الكبيرة التي ينشرها الأطفال في مواقع بياناتهم الشخصية، بما في ذلك المدينة التي يقطنون فيها، موقع المدرسة، الأوقات المفضلة التي يقضيها مع أصدقائه، وبالطبع صورهم، فإن هؤلاء الشواذ المنجذبين للأطفال جنسيًّا لا يجدون وقتًا أسهل من هذا الوقت في الحصول على صور لأطفال صغار، أو في تتبع هؤلاء الضحايا المحتملين في عالم الحقيقة.

ومكمن الخطورة في مواقع "شبكات التعارف الاجتماعي عن طريق الإنترنت" مثل (MySpace) هي مرعبة في الحقيقة، ففي يناير عام ٢٠٠٧ قامت أربع عائلات لفتيات أعمارهن ١٤-١٥ سنة برفع قضايا على موقع (MySpace)، لفشلهم في توفير معايير الأمان لحماية أطفالهم من ذئاب الجنس الجائعة، بعد أن تم استغلالهم جنسيًّا بواسطة رجال قاموا بالاتصال بهم عن طريق الموقع.

نتحمل المسئولية جميعًا عن حماية أطفالنا من الحالات المشابهة

والتي تسبب الانتهاء المبكر لسنوات البراءة في حياتهم.

إدمان الإنترنت

لا تستطيع كارلا تويبي، التي تبلغ من العمر ٤٧ عامًا، أن تقاوم إغراء عادة الدخول لمواقع الإنترنت مواقع التعارف، فبمجرد أن تفتح هذه السيدة عينيها في الصباح، وهي أم لأربعة، وقبل أن تغادر فراشها، تكون قد بدأت في تبادل الأحاديث والرسائل القصيرة عبر تلك المواقع على الشبكة من خلال حاسبها المحمول، وغالبًا ما تمضي ما يقرب من خمس عشرة ساعة في تصفح هذه المواقع، دون أن تغادر الفراش، ودون أن تعبأ بالمهام المنزلية التي يجب عليها القيام بها، مما جعل منزلها الكائن بريتش لاند بواشنطن ريعًا للأوساخ.

وكتبت كارلا عن نفسها (١٠) : "أنا أعمل لحسابي الخاص، وأحتاج الإنترنت في عملي، ولكني لا أستطيع أن أوفي عملي حقه، ولا يتسع وقتي لمراعاة شئون المنزل أو الاهتمام بأولادي الذين يتذمرون من هذا الوضع منذ شهور" ، ومن ثَمَّ فقد أصبحت هذه السيدة أسيرة في العالم الرقمي، وفضلت تواجدها الإلكتروني على أن تعايش أعباء الحياة اليومية.

ومسألة إدمان الإنترنت ليست بالجديدة، ولكن في ظل عالم (Web2.0)، والذي يدار فيه جزء كبير من حياتنا إليكترونيًّا، من إقامة شبكة من العلاقات الاجتماعية إلى تبادل للأفكار إلى مشاهدة مقاطع الفيديو إلى النشر الذاتي، " فإن إدمان الإنترنت –لا محالة – في

ازدياد، ووفقًا لأحدث دراسة أجرتها جامعة ستانفورد، فإن متوسط عدد الساعات التي يقضيها مستخدمو الإنترنت يصل إلى ٣٫٥ ساعة يوميًا، كما ورد في مشروع بحث يعد هو الأول من نوعه من حيث الدقة العلمية قامت به مدرسة الطب بجامعة ستانفورد على السمات الإدمانية للإنترنت، وأجري على ٢٥١٣ بالغًا، وأثبت أن من بين كل ثمانية كان هناك أكثر من فرد ظهرت عليهم أعراض إدمان الإنترنت.

وبخلاف قصص فردية مثيرة للقلق عن سيدات كتلك التي وردت عن السيدة كارلا، فهناك العديد من الأعراض الأخرى لهذا المرض الاجتماعي الوليد، فكما نرى هناك إدمان للسرقة الإليكترونية، والمقامرة الإليكترونية والإباحية وكلها أصبحت لعنات اجتماعية تفتك بالجميع؛ من المراهقين في سن الثانية عشرة الذين يمكثون الساعات في تنزيل الموسيقي الرقمية، إلى من هم في سن الالتحاق بالجامعة ويمضون أوقاتهم في لعب البوكر، بخلاف من دونهم في السن المولعين بالمحتوى الإباحي، ولاشك في أن عصر الوسائط المفتوحة بلا توقف، أصبح إدمان الإنترنت خطرًا يهدد قيمنا وثقافتنا.

الحياة مرة أخرى

يؤدى الانتشار الكبير للألعاب الإليكترونية، التي يشترك فيها أكثر من لاعب مثل ("Second Life" أو الحياة الثانية)، والتي يقوم المشاركون فيها بخلق شخصيات افتراضية والانخراط في كل صور

وأنماط أنشطة الحياة العادية، مثل بدء مشاريع تجارية وزواج وشراء وتزيين مساكن، إلى خلق فوضى خطرة بين الواقع الافتراضي وبين الحياة، فقد أضحت العوالم الافتراضية مثل Second Life أو "الحياة الثانية"، والتي تنامى عدد مستخدميها من ١٠٠٠٠٠ مستخدم بنهاية عام ٢٠٠٥ إلى واحد ونصف مليون مستخدم بنهاية عام ٢٠٠٦، الملاذ الأكثر إدمانًا (إقبالاً) من راغبي الهرب من ضغوط عالم الواقع وإحباطاته. والإدمان هنا هو أحد تداعيات الوجود الحر الذي يجعل القيام بأي شيء ممكنًا؛ بما في ذلك القدرة على الطيران والتحول للجنس الآخر وحتى قتل أشخاص دون أن يكون هناك تحمل لأدنى عقوبات العالم الحقيقي، وكل هذا إغراء لا يقوى على مقاومته الكثيرون.

وتتمتع "الحياة الثانية" بنظام اقتصاد افتراضي مزدهر، يعتمد على دولار ليندن Linden dollar كعملة له، ويشتريه المستخدمون بنقود حقيقية، وفيه يقوم متعهدون حقيقيون ببيع قطع أراضٍ افتراضية، كما يقوم مسئولو دعاية حقيقيون ببيع مساحات إعلان افتراضية، وبائعو ملابس حقيقيون ببيع ملابس افتراضية، وسلاسل فنادق حقيقية ببيع حجرات افتراضية، وإخصائيو علاج حقيقيون بتقديم جلسات استشارية لأزواج حقيقيين، ويكفي أن ندلل بمثال؛ في شهر يناير ٢٠٠٥ وحده، أنفق مستخدمو اللعبة ما يفوق الخمسة ملايين دولار أمريكي في صفقات بغرض الحصول على أصناف افتراضية. وعلى الرغم من أن هذا يزيد من مكانة الموقع كمصدر دخل مربح ومتميز للمهتمين بريادة الأعمال، إلا أن له عواقب مالية خطيرة لأولئك المدمنين الذين سيولون

حياتهم (الافتراضية) الثانية كل اهتماماتهم على حساب حياتهم الحقيقية، ومن ثم يستنزفون كل أرصدتهم المصرفية في شراء بضائع وخدمات لاستهلاكها في حياتهم الثانية.

ونظرًا لأنه، في ظل إصدار (Web2.0)، لا تتمتع "الحياة الثانية" بالضوابط والإشراف الافتراضي، فقد أصبحت مرتعًا لكل أنواع الرذائل الاجتماعية والأخلاقية، وفي حين أن هناك قواعد لمكافحة السلوك غير اللائق في الأماكن (الافتراضية) العامة، (وهي غير نافذة بدرجة كبيرة)، نجد أن المستخدمين يمكنهم ممارسة أحط ما تمليه عليهم غرائزهم الشهوانية في الخلوات الافتراضية؛ ففي مقابل ٢٢٠ دولار يمكن للمرء أن يمارس نزوات اغتصاب افتراضية، وتتضمن الخيارات الحصول على" ضحية لاغتصابها" أو "الوقوع فريسة للاغتصاب" أو" احتجاز ضحية" .

وقد يعترض بعض المستخدمين قائلين: " إنها مجرد لعبة"، وهي بالفعل كذلك، ولكنها مهدرة للغاية حيث يقضي معظم مستخدميها ما لا يقل عن ١٢ ساعة يوميًا أمام شاشات الإنترنت في إدارة أعمالهم الافتراضية، وقضاء أوقات مع عائلاتهم الافتراضية والاعتناء بمنازلهم الافتراضية، في الوقت الذي يتوقفون فيه عن أداء وظائفهم وعن أن يصبحوا أعضاء منتجين في المجتمع.

وعلى حسب ما أقر به الدكتور إلياس أبوجاودي Dr: Elias Aboujaoude، المؤلف الرئيسي لدراسة جامعة ستانفورد عن إدمان الإنترنت، والتي صدرت في شهر أكتوبر ٢٠٠٦، حين قال، "إن مشكلة

الإنترنت ما زالت في طور طفولتها" .

ولنتساءل الآن عما سيكون عليه العالم في عام ٢٠٢٠ إذا لم نجد علاجًا يكبح زمام ظواهر الإدمان للحضارة الإليكترونية؟

تشير البارونة سوزان جرينفيلد Baroness Susan Green-field، عضو مجلس اللوردات البريطاني وأستاذة علم الأعصاب بجامعة أكسفورد أن العواقب التي ستشهدها الأجيال القادمة ستكون وخيمة ، كما أظهر البحث الذي كتبته أن الانتشار المطلق للتكنولوجيا الرقمية يغير شكل وكيمياء العقل البشري، وأن ألعاب الفيديو جيم العنيفة وخاصية التفاعلية القوية التي يتميز بها الإنترنت يمكن أن تؤدي إلى اضطرابات عقلية مثل التوحد واضطراب نقص الانتباه وفرط النشاط، ومن ثم فسيميل الأطفال الذين نشأوا في ظل عالم (Web2.0) إلى أن يكونوا أكثر عنفًا في عالم الواقع، وأقل استعدادًا لقبول الحلول الوسط أو للتفاوض، هذا غير أن تحصيلهم التعليمي سيكون متدنيًا، وسيفتقدون لروح التعاطف مع الآخرين، ويا لها من نظرة مستقبلية مفزعة للغاية.

فمن المراهقين المولعين بالجنس، إلى منتحلي الشخصيات ومدمني المقامرة أو غيرها، يتسبب عالم (Web2.0) في حل النسيج الأخلاقي لمجتمعنا، حيث إنه يغرينا بالانقياد وراء غرائزنا الأشد جموحًا ويساعد على أن نخضع للآفات الأكثر فتكًا، بالإضافة إلى أنه يقضي على ويفسد القيم التي نلتف حولها كافة.

٧

١٩٨٤

(الإصدار 2.0)

الكل يعرف

بدأ الأمر كمحنة أخلاقية. سألت محرك البحث في ١٧ أبريل ٢٠٠٦ : هل ينبغي أن أخطط للجنس قبل مقابلة عشيقتي التي تعرفت عليها عن طريق الإنترنت؟

وكانت المشكلة التي اعترفت بها لمحرك البحث في ٢٠ أبريل أنها متزوجة ولكنها تحب رجلاً آخر.

وبعد مرور أسبوع، قررت مقابلة عشيقها، ثم وبعد مرور عشرة أيام بينما تنهي ترتيباتها، بما في ذلك حجز تذاكر الطيران والفندق والمطعم، وذلك للسفر من بلدها في هيوستن لتلتقي به في سان أنتونيو سألت نفسها: ماذا يثير الرجال؟

قضت ليلة ٤ مايو معه في فندق أومني في سان أنتونيو حيث

فوجئت بكارثة، واعترفت في ٨ مايو أنها قابلت عشيقها ولم يكن الجماع ممتعًا يعتبر صديق الإنترنت فظيعًا على الطبيعة.

وسألت في ١٣ مايو: هل يعاقب الإله على الزنا؟

كيف أعرف كل هذه التفاصيل الدقيقة عن شخص غريب؟ أعرف بسبب قراءتي كل مداخلها على محرك بحثها ايه او ال حيث مسحت كل المداخل التي وضعتها في الفترة من ١ مارس ٢٠٠٦ حتى ٣١ مايو من العام نفسه.

فقد فتحت قلبها لهذه التكنولوجيا وحولت تساؤلاتها على محرك البحث إلى نافذة تطل على روحها. إنها حقيقية مثل زيف لونلي جيرل ١٥ التي تعد ممثلة روائية على يو تيوب. تكشف الأفكار والمشاعر التي تبوح بها إلى محرك البحث عن سيدة تكافح للحفاظ على عقلها في مواجهة اليأس.

في الفترة من مارس حتى نهاية مايو، غذت محرك البحث بحوالي ٢٣٩٣ سؤالاً وهى أسئلة تخجل من سؤالها حتى لأعز صديقاتها أسئلة عن جسدها وجنسية الذكور وإدمان الإنترنت وعدالة الإله. كانت عبارة عن شخصية مدام بوفاري رقمية مع مجرد توضيح واحد ألا وهو عدم قصد نشر مداخلها على محرك البحث إيه أو إل. لم يكن هناك فلابرت وراء اعترافاتها ولم يكن من المفروض أن يقرأها أحد، ووثقت في محرك بحثها ثقة عمياء. بين زوجها وأطفالها غير المرئيين والزنا الفاجع الذي ارتكبته وكفاحها لفهم كلمة الإله؛ كان محرك

البحث هو المؤتمن الوحيد على أسرارها والحقيقة التي لن تخذلها أبداً.

يا لها من مخطئة! مثلت صراحتها المطلقة مع محرك بحثها أخطر أحكامها الخاطئة وهو أكثر ضلالاً من قرارها بقضاء ليلة مع عشيقها. سرعان ما حولها الإنترنت إلى شخصية إعلامية عالمية عامة. كما تم إطلاق كل مداخل محرك بحثها في الفترة بين مارس ومايو المداخل التي يبلغ عددها ٢٣٩٣ مدخلاً على الإنترنت للاستهلاك العام. قرأ اعترافاتها آلاف المدونين مختلسي النظر "وفسروها". لم تعلم مستخدمة إيه أو إل رقم ٧١١٣٩١ سوى القليل أنه أصبحت أولى ضحايا ثقافة المراقبة الرقمية التي قد ننشر فيها أعمق مخاوفنا وأدق مشاعرنا، دون علمنا أو إذننا، للعالم.

يعرفها الجميع الآن ومنهم بلا شك بعض جيران هيوستن الذين يستطيعون إخبارنا باسمها وعنوانها وأعمار أولادها. نعرفها كما نعرف أزواجنا مثل زينة غرفة نومها (لانجيري أرجواني) وعيوب جسمها (تورم الدوالي واحمرارها) ولون شعر منطقة العانة (أشقر) وحكمة ما بعد الزنى (لا تجامعي أعز أصدقائك).

وصفت مجلة أون لاين باسم سليت إطلاق مداخلها بالانتهاك الصارخ لحقوقها الشخصية الأساسية. وادعت المجلة أنه "يشبه أورويل".

هكذا الحال؛ مرحبًا بك في ١٩٨٤، طبعة ٢٫٤ حصل عصر أورويل الجديد على مسحه العام في أمسية يوم الأحد ٦ أغسطس ٢٠٠٦ عندما سرب محرك بحث إيه أو إل بيانات بحث ٦٥٨ ألف شخص

(منهم مستخدمة إيه أو إل رقم ٧١١٣٩١) . دعا النقاد تسريب هذه المعلومات فورًا "داتا فالدي" بعد تسرب البترول من الناقلة إيكسون فالدي في عام ١٩٨٩ . تدفقت أفكار ثلاثة وعشرين مليون مستخدم محرك بحث إيه أو إل الخاصة عن كل شيء من الإجهاض وقتل شريك الحياة حتى الانغماس في الشهوات البهيمية أو حب الأطفال على الإنترنت للعالم دون معرفتهم أو إذنهم.

أصبحت كل هذه البيانات دُمية باحثي محرك بحث إيه أو إل الفكرية، وهو أمر ليس مفاجئًا في صناعة تعامل فيها شركات البحث مثل جوجل وياهو مليارات الأسئلة في محركات بحثها كملكياتهم الخاصة يختزنونها ويحللونها ويتربحون منها.

ولكن تبقى ملكية أسئلة محرك البحث القانونية غامضة؛ حيث وصفها مارك روتنبرج مدير مركز معلومات الخصوصية الإلكترونية التنفيذي "قنبلة خصوصية موقوتة" . وانفجرت القنبلة في ٦ أغسطس عندما نشر باحثو إيه أو إل عن غير قصد بيانات الأسئلة أون لاين وحمل القراصنة البيانات على الفور ووزعوها توزيعًا "عادلاً" على الويب. قد يتأمل أي شخص سواء كان زميل عمل أو صديقًا أو أحد أفراد العائلة بالإضافة إلى المبتزين ومجرمي الإنترنت قاعدة بيانات النوايا الخاصة الهائلة.

يساوي هذا الأمر إرسال الكنيسة الكاثوليكية ٦٥٨ ألف اعتراف كنسي حول العالم أو إتاحة جهاز المخابرات الروسي وشرطة روسيا السرية

ملفات مراقبتها ونشرها في التلفزيون القومي.

تعتبر المعلومات الواردة في ملفات إيه أو إل نسخة القرن الحادي والعشرين من رسائل من تحت الأرض؛ متخمة بالمعلومات التي تكشف أكثر ما فينا ضعفًا وخصوصيًّا وخجلاً وإنسانيًّا. تشمل كل سؤال ممكن تصوره بدءاً من "كيف أقتل زوجتي" و"أريد الانتقام من زوجتي" إلى "فقدان عذريتي"، و"هل يحدث الحمل بينما لا زلت في فترة الدورة الشهرية؟" و"ألا يحدث الحمل بينما أمارس الجنس بدون استخدام واقٍ ذكري؟"

أخبرت أرملة من جورجيا تبلغ من العمر ٦٢ عامًا نيويوك تايمز وهي مرعوبة عندما علمت انبساط حياتها الشخصية على الإنترنت: "يا إلهي، حياتي الشخصية كاملة؛ لم تكن لدى أدنى فكرة أن أحداً يتلصص على حياتي".

بالطبع لم تكن هذه كارثة الخصوصية الرئيسية الوحيدة في العصر الرقمي؛ ففي فبراير ٢٠٠٥، اقتحم فنانون غشاشون قاعدة بيانات شركة تشويس بوينت التي تعتبر إحدى شركات سمسرة البيانات ومقرها أتلانتا يحفظ معلومات عن خلفية جميع مواطني الولايات المتحدة. كشف هذا الخرق الذي حصل عن طريقه لصوص الهويات بيانات من خلال حسابات مزيفة أقاموها عن طريق كشف عملاء شرعيين ما يزيد على ١٦٣ ألف سجل مالي، وتسبب فيما يقارب من ٨٠٠ حالة سرقة هوية. أخبرت تشويس بوينت ضحاياها المصدومين: "نعتقد أن العديد

من الأفراد الذين تظاهروا بأنهم عملاء تجاريون شرعيون ارتكبوا جرائم غش مؤخراً بادعائهم أهدافًا شرعية للوصول لمعلومات عن أفراد، وينبغي أن تستمر في فحص سجلاتك الائتمانية مراراً وتكراراً خلال العام القادم."

وفي مايو ٢٠٠٦، سرق زوج من المراهقين كومبيوترًا محمولاً من وزارة شئون المحاربين القدامى مما تسبب في تسرب السجلات المالية لـ ٢٥ مليون محارب. في سبتمبر ٢٠٠٦، جاء دور المتطفلين الذين اقتحموا قاعدة بيانات الحياة الافتراضية وسرقوا سجلات الحياة الحقيقية التي تشمل أسماء وعناوين ومعلومات اتصال ومعلومات مالية عن سكانها الافتراضيين البالغ عددهم ٦٠٠ ألف مواطن.

وما خفي كان أعظم، سرقة بيانات من ٤٠ مليون حساب ماستر كارد وفيزا كارد في يوليو ٢٠٠٥ . فكر في هذا، بينما تدخل رقم بطاقتك الائتمانية على أحد مواقع التسوق أون لاين.

ومع تزايد تخزين الأطباء والمستشفيات سجلاتهم أون لاين (على مواقع مثل ويب إم دي دوت كوم) قد تقع السجلات الطبية التي تشمل أي شيء من معلومات صيدلانية وسجلات العمليات الجراحية وعلاج الأمراض الجنسية في أيدي من يستغلها. في إحدى الحالات الحديثة، تعرضت سجلات ٢٦٠ ألف مريض في ولاية إنديانا للفضائح، عندما حمل مقاول خارجي السجلات على أسطوانات مدمجة وضعها في حقيبة كومبيوتر أعادها فيما بعد للمحل وبداخلها الأسطوانات.[١]

في مثل هذه الحالات، تتعدى العواقب مجرد الإحراج أو انتهاك الخصوصية. طبقًا لصحيفة سان دييجو بزنس جورنال، تتجاوز حالات سرقة الهوية الطبية ٢٠٠ ألف حالة كل عام يتزايد الرقم.(٢) باستخدام رقم ضمان اجتماعي احتيالي أو بطاقة تأمين مسروقة (من السهل الحصول عليها عن طريق أي متطفل هاوٍ) يستطيع اللصوص جمع آلاف الدولارات على الفواتير الطبية وتكوين التزامات قانونية بتقديم ادعاءات تأمين احتيالية أو تعديل السجلات الموجودة بطريقة تعرض تغطية التأمين المستقبلية للخطر.

تظهر عواقب سرقة الهويات على الويب واضحة في القصة التالية عن رجل انقلبت حياته رأسًا على عقب لمدة عامين.

في هذا العالم نوعان من الرجال: نوع يمتلك ملابس سهرة، ونوع آخر يستأجرها.

يقع بول فيرتشايلد في مجال الفئة الأخيرة على نحو ثابت. اعتاد فيرتشايلد الذي يعمل مصمم مواقع من مجتمع إدموند المدني في أوكلاهوما متزوج وله طفلان ويبلغ من العمر ٣٤ عامًا الاستئجار، حيث يستأجر منزلاً صغيرًا على غرار أصحاب المواشي في ضواحي أوكلاهوما سيتي، ويستأجر ملابس سهرة عندما تدعو الضرورة ونادرًا ما يحتاج بسبب تواضع أسلوب حياته.

في صيف ٢٠٠٣، توفر لفيرتشايلد سبب وجيه لاستئجار ملابس سهرة وهو زواج أخته في مدينة بورتلاند بولاية أوريغون. ذهب

فيرتشايلد- الذي استطاع بالكاد جمع المال لاصطحاب أسرته إلى حفل الزفاف- إلى محل لتاجير ملابس السهرة ليجهز نفسه للاحتفال. وسأل موظفة المحل: هل تتعاملين مع بطاقات أمريكان إكسبريس؟ وأجابته: بالطبع.

وأخذت البائعة بطاقة فيرتشايلد الائتمانية لإجراء عملية الإيجار إلا أنها عادت بعد دقائق وهي مرتبكة بعض الشيء وأخبرته برفض بطاقته.

لم يفهم بول فيرتشايلد حيث نادراً ما يستخدم بطاقة أمريكان إكسبريس الخاصة به. يضن منزل فيرتشايلد بالمال حيث استطاعت أسرته بالكاد دفع ثمن حذاء ابنهم الذي يبلغ ١٢ دولاراً من محل باي ليس ليحضر به حفل الزفاف.

واتصل بخدمة العملاء وأخبرته سيدة أن حسابه متاخر في الدفع. وقال لها: إن هذا مستحيل.

وسألته: هل أنت مالك البطاقة الوحيد؟

همهم ولم يرد .

وكررت: إن المالك الوحيد مالك خدمات إيبوني باشن إسكورت في بروكلين في نيويورك. هذا أنت، صحيح؟

وكان رد فيرتشايلد: أخشى وجود خطأ.

خطأ كبير.

تم استئجار هوية بول فيرتشايلد وتشمل هوية مزيفة تعرض صورته

الحقيقية رقميًا حيث استعارها مالك خدمات إيبوني باشن إسكورت وهي شبكة دعارة تعمل خارج بروكلين في نيويورك دون علمه أو استئذانه.

كان هناك بول فيرتشايلد آخر وهى نسخة مزيفة على الساحل الشرقي وهو شخص يشتري ملابس سهرة بدلاً من استئجارها باستخدام بطاقات ائتمان تخص غيره حيث يعمل لص هويات ومدير محل يدير ٥٠٠ ألف دولار أمريكي ديونًا على بطاقات الائتمان والهواتف المحمولة وفواتير استئجار السيارات بالإضافة إلى حساب محل مع تاجر مجوهرات جملة في نيويورك. على بطاقة بول فيرتشايلد الائتمانية، رسم يبلغ ٧٥٠ دولارًا أمريكيًا لصالح أحذية مانولو بلانك، بالإضافة إلى رسوم فراء وألماس و٥٠٠ دولار أمريكي لأحدث أنواع التبغ؛ بدلاً من رسم ١٢ دولارًا أمريكيًا مقابل حذاء من محل باي ليس. ما يعتبر أشد الأمور افتضاحًا هو التزام بول فيرتشايلد برهن عقاري يبلغ ٣١٥ ألف دولار أمريكي عمارة شقق سكنية في وسط بروكلين وهو مركز عمليات لخدمات رفقته.

بالنسبة إلى فيرتشايلد الحقيقي، كانت عواقب السرقة "عامين من الجحيم". اقتباسًا من صحيفة نيويورك تايمز. تعامل لمدة أربعين ساعة أسبوعيًا لأول شهرين بعد كشف سرقة الهوية مع تقارير الشرطة، وأدلى بإفادات موثقة لكل الشركات التي تم الاحتيال عليها. أثبت استبعاده من الرهن العقاري مهلكًا للوقت والمال. قاضى بنك ويلز فارجو أحد مالكي الديون فيرتشايلد الذي تم إجباره على توكيل محامٍ ليدافع عنه.

ظلت شركات الهاتف تطارده بدفع رسوم باهظة نيابة عن المحتالين حتى بعد مرور عامين من كشف سرقة الهوية.

وفي الوقت نفسه يظل فيرتشايلد المزيف مالك خدمات إيبوني باشن إسكورت حرًّا طليقًا وتعتبر فرصة اعتقاله ضعيفة. من حالات سرقة الهويات التي تقدر ١٠ ملايين حالة، لا تعتقل سوى حالة واحدة من ٧٠٠ حالة.

يعد الخبر السعيد الوحيد أن بول فيرتشايلد حاليًّا هو بول فيرتشايلد الوحيد وما زال رجلاً متواضعًا من أوكلاهوما يستأجر ملابس السهرة ولا يمتلكها. وترى الآن منذ سرقة الهوية ارتفعت معدلات ائتمانه وانخفضت حدودها. قد يكون مدة لدفع إيجار ملابس السهرة المرة القادمة عندما يتزوج أحد أفراد الأسرة المرة القادمة.

يعتبر تجاوز كمية المعلومات الخاصة المتبادلة تبادلاً قانونيًّا على الإنترنت كل يوم أكثر صدمة من كمية المعلومات المسروقة على الويب ففي يوليو ٢٠٠٦، أجرى جوجل ٢,٧ مليار بحث فريد بينما أجرى ياهو ١,٨ مليار بحث. في عالم ويب ٢,٠؛ حيث تتوفر كل البحوث للشركات والأجهزة الحكومية، يصبح حق الخصوصية فكرة عفا عليها الزمن. في العالم المادي، قد نمزق كشوف الحسابات المصرفية وفواتير الهاتف أو نتخلص من المذكرات والرسائل الخاصة أو نمزق الصور المحرجة ونحافظ على السجلات الطبية في أيدٍ أمينة، ولكن تبقى سجلاتنا أون لاين للأبد فور تخليد إيه أو إل أو جوجل إياها.

يحفظ جوجل وياهو وإيه أو إل، الذين لا يتحملون أي مسئولية قانونية عن التخلص من البيانات القديمة، سجلات عن المواضيع التي نبحث عنها والمنتجات التي نشتريها والمواقع التي نتصفحها. تريد محركات البحث معرفتنا معرفة حميمة وأن تصبح أعز مؤتمنينا. كلما زادت المعلومات التي يعرفونها عنا مثل هواياتنا وأذواقنا ورغباتنا، زادت المعلومات التي يبيعونها لشركات الإعلان والتسويق حيث سمحوا لأنفسهم بتشخيص منتجاتهم ومداخلهم. ولكن لا توزع معلوماتنا على وكالات الإعلان وحدها إذ يستطيع أي شخص سواء كان متطفلاً أو لص انترنت أو مسئولاً حكوميًّا أو فيدراليًّا العثور على أي شيء، بدءاً من آخر تذكرة سينما اشتريناها أو علاج نتناوله أو ميزان حساب توفيرنا.

كيف تمكن جوجل وإيه أو إل من الحصول على معلومات تفصيلية؟ عبر "الفطائر" المسماة تسمية بريئة وهي طرود من البيانات المطمورة في متصفح الإنترنت الذي يؤسس رقم هوية فريد على قرصنا الصلب، ويمكن مواقع الويب من جمع سجلات دقيقة عن كل شيء نقوم به أون لاين. تمثل طرود البيانات عهد فاوست مع شيطان الإنترنت. ينشط إحدى الفطائر في كل مرة نهبط فيها على إحدى صفحات الويب ويخبر الموقع عمن يزوره. تحول الفطائر هواياتنا إلى بيانات، حيث تعتبر مناجم ذهب لوكالات التسويق والإعلان التي تسجل المواقع التي نفضلها وتتذكر معلومات بطاقات ائتماننا وتخزن ما نضعه في عربات التسوق الإلكتروني وتلاحظ إعلانات اللافتات التي نضغط عليها.

وهي موجودة في كل مكان.

كم يبلغ عمر هذه الفطائر؟ يختلف عمر فطائر كل شركة. لا تنتهي صلاحية فطائر جوجل، على سبيل المثال، حتى عام ٢٠٣٦ . (في مارس ٢٠٠٧، غيروا هذه السياسة لبحوث أخرى.) تستطيع إعاقة استخدام الفطائر على كومبيوترك ولكن يحذر "مركز خصوصية ياهو" جميع المستخدمين:

"إذا رفضت كل الفطائر، لم تتمكن من استخدام ياهو! أي المنتجات أو الخدمات التي تشترط "تسجيل دخول" أو الاستفادة من جميع العروض استفادة كاملة".

بدون فطائر لن تتمكن من استخدام بريد ياهو أو تشخيص صفحة ياهو الرئيسية أو أي من الأشياء الرقمية الجذابة التي يمنحنا إياها أصدقاؤنا في ياهو مجانًا. من صفحة ماي ياهو، تعلم الشركة أنني أسكن في بيركلي وأرتاد السينما كثيراً وأقرأ صحيفة نيويورك تايمز وأشجع نادي كرة قدم إنجليزي اسمه توتنهام هوتسبر. وفي الوقت ذاته، فإن حسابى البريدى الذى يتفحص كل بريدي الإلكتروني بحثًا عن كلمات رئيسية يستخدمها لإنتاج إعلانات مصنعة يعلم أنني أخطط للذهاب في رحلة إلى نيويورك سيتي في طائرة نفاثة وطلبت مسبقًا نسخة تسويق وتوزيع على الإنترنت على الأمازون واشتركت في نادي الموسيقى الكلاسيكي بي إم جي. يسجل شخص ما كل شيء افعله وكل مكان أذهب إليه على الإنترنت لأغراض تجارية.

لا يعتبر تجميع المعلومات الشخصية مقصوراً على محركات بحث

الإنترنت ففي ١٠ أغسطس ٢٠٠٦ بعد مرور ٤ أيام من إطلاق ايه او ال لأسئلتها البحثية، قدم عملاق تجزئة الإنترنت أمازون دوت كوم طلبا في مكتب البراءات والعلامات التجارية بالولايات المتحدة الأمريكية للحصول على براءة "نظام يجمع كميات هائلة من المعلومات الخاصة عن ملايين المتسوقين والحفاظ عليها." يهدف هذا النظام جمع أكثر المعلومات الإنسانية والاقتصادية والعرقية والجنسية والدينية عن متسوقي الأمازون. لا يريد الأمازون خبرة تسوقنا أون لاين فحسب وإنما يريد تحويل كل منا إلى نقطة بيانات أخرى ضمن قاعدة البيانات الهائلة لنوايا التجارة الإلكترونية.

كتب سير فرانسيس بيكون الذي عاش في فترة الملكة إليزابيث ووالد علم الاستقراء متفائلا أن "المعرفة قوة". ولكن في عصرنا الرقمي المعاصر تعيرنا المعلومات وليست المعرفة القوة. وكلما زادت خصوصية المعلومات زادت قوة من يمتلكها.

عصر الرقابة غير مفروض علينا من فوق عن طريق جامعي المعلومات فحسب وإنما مدفوع من تحت عن طريق هوس إذاعة النفس. يعتبر افتتان ويب 2.0 بمحتواه الصادر عن الجمهور حلم صاحب منجم البيانات. كلما كشفت عن نفسك في صفحة ماي سبيس وفي فيديوهات ماي تيوب وفي مدوناتنا أو مدونات الآخرين، زاد تعرضك للمتطفلين والمبتزين ومختلسي النظر والنمامين. تتسبب طبيعة الثقافة الصادرة عن الجمهور الاعترافية في انفجار كشف الذات الشخصي والجنسي

والسياسي ثقافيًا .

لم تعد الخصوصية ممتازة . انظر لشدة الازدحام على موقع dailyconfession دايلي كونفشن دوت كوم أو نوت براود دوت كوم أو بوست سكرت دوت كوم وهي مواقع مكونة من اعترافات مجهولة عن كل شيء من الطمع والكسل حتى الرغبة النهمة . إنها مرفأ لمختلسي النظر وهو مكان يذهب الناس إليه لدس أنوفهم في شئون أناس آخرين . بينما تستخدم هذه المواقع المجهولة في ظاهر الأمر فطائر لتحديد قرائها وكتابها، متى يتطفل أحد الأشخاص على هذه المواقع ويسرب أسماء المعترفين وعناوينهم؟

ولا يعتبر استثمار وكالة الاستخبارات المركزية التي تعتبر منظمة بتمويل حكومي وهي منظمة فضولية في تكنولوجيا (Web2.0) أمرًا مفاجئًا حيث تبنت وكالة الاستخبارات المركزية شيئا أسمته "تدوين الجواسيس" يشمل مشاركة الأشباح الأبحاث والصور الجوية والفيديوهات السرية .

لتبرير تدوين الجواسيس، أخبر أحد خبراء الدفاع في الكلية البحرية الأمريكية للدراسات العليا صحيفة نيويورك تايمز وهو يحاكي هراء أورول : "لمحاربة شبكة مثل القاعدة، يجب أن تتصرف كشبكة ."(٤) ثم يخبرونك أنهم اضطروا لاقتحام المباني بالطائرات للقضاء على الإرهابيين .

طبقًا لصحيفة نيويورك تايمز، تفترض حكمة العامة لمبادرة تدوين الجواسيس التي تنتهجها وكالة الاستخبارات المركزية أن "ملايين الهواة المتصلين أذكى من عدد قليل من الخبراء مجتمعين في غرفة نجوم الصفوة".

يعتبر هذا تجمع رجال شرطة سريين منظمين تنظيماً ديمقراطيًّا هائلاً كما أتمنى ألا يشاركوني في معلومات عن حياتي الخاصة مع ملايين من أقرب زملائهم.

يمثل هذا الإعلام الديمقراطي الصادر عن الجمهور حيث يتجسس أي شخص على أي شخص آخر انفجاراً جماعيًّا خاصًّا بحقوقنا في الخصوصية. في هذا السجن الرقمي، يشاهد المدرسون أطفالهم ويشاهد إداريو الجامعات تلاميذهم ويشاهد النظراء نظراءهم. رسمت رواية ١٩٨٤ نايننتين نايننتي فور من تأليف أورويل صورة مجتمع مراقب من أعلى إلى أسفل، حيث يرى الأخ الأكبر كل شيء ويعلمه ويشاهد كل حركاتنا ويستمع لكل محادثاتنا ويقرأ عقولنا. حسنًا يعد ويب 2.0 ديمقراطية كابوس أورويل عوضًا عن زعيم أورويل الذي يرى كل شيء وحده ويعلمه، بإمكان أي شخص اعتبار نفسه الأخ الأكبر. كل ما تحتاج إليه وصلة إنترنت.

وقد تحتاج كاميرا رقمية. تتم دعوة المستخدمين في هولا باك إن وإي سي دوت كوم، على سبيل المثال، على "تقييد متحرشي الشوارع" عن طريق تصويرهم وإرسالها أون لاين. لهولا باك إن واي سي مواقع شقيقة شعبية في العديد من المدن الأمريكية بالإضافة إلى كندا وأوربا حيث يرسل المستخدمون صور ناس من المفترض أنهم يسددون نظرات غرامية في الشارع. في المرة القادمة التي تصور فيها أحداً يبتسم ابتسامة في الشارع، استعد لنزع صورتك وجعلك عضواً غير متطوع في مجتمع هولا باك. إنها طريقة نموذجية لإعلان إذلال ناس بريئة تحاول الانكباب على شئونها وعيش حياتها.

ليس فقط موقع (HollaBack) هو الذي يجعل المواطنين متلصصين، أدخل كل من "رويترز"، و "ياهو" مبادرة في ديسمبر ٢٠٠٦، وذلك لرصد تسجيلات الفيديو وصور الهواة على موقعيهما على الإنترنت. وكانت "رويترز" تهدف أيضًا إلى توزيع هذه الصور على الآلاف المؤلفة من مشتركيها في خدماتها الإخبارية الإذاعية، والإنترنت، ووسائل الإعلام المطبوعة.

ماذا يحدث لو كان كل فرد في العالم مساعداً لي؟ قال رئيس الوسائل الإعلامية بوكالة "رويترز" هذه العبارة لمجلة "نيويورك تايمز" في ديسمبر ٢٠٠٦، بدون أن يبدو عليه أي نوع من دلائل السخرية المغْلفة.

ماذا لو حدث ذلك حقيقة؟ هذه الشراكة بين "رويترز" ، و "ياهو" تشجع أي فرد على التقاط صور لأي فرد تحت الذريعة الغامضة للأخبار.

قال رئيس "رويترز" وهو يشرح ويبرر مبادرته لتحويل كل فرد يحمل كاميرا إلى مصور متطفل يطارد المشاهير للحصول على صور نادرة "هناك طلب متزايد للحصول على الإثارة والصور المميزة" .

ولكن من يعطي التصريح ولمن لالتقاط مثل هذه الصور المثيرة؟ متى أصبحت مثل تلك الممارسات الصحفية للمواطنين العادين لمجرد الفضول؟ ومن يمكنه التمييز بين الانتهاك غير المبرر لحياة الآخرين، والبحث الحقيقي عن الأخبار؟

المدخلات التي نضعها في أدوات البحث لمحتويات البريد الإلكتروني، وفي المدونات التي يتم نقلها، والتفاصيل ذات المردود السيئ التي نذكرها عن أنفسنا على مواقع التواصل الاجتماعي، كل ذلك يعني أن ثورة تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية المعروفة باسم (Web2.0) تقوم بإفساد الحدود الفاصلة بين ما هو عام وما هو خاص.

ما الذي يمكن أن يحدث إذا أصبحت كل تساؤلاتنا ومدوناتنا وتعليقاتنا المعتادة محط أنظار العامة، وتصبح شبكة الإنترنت مستودعًا لكل تفاصيل حياتنا الدقيقة؟ حقوقنا في التعبير الحُرّ تصبح محل

خطر.

هل طرأ على ذهنك للحظة أن ما يتم نقله على شبكة الإنترنت بواسطتك أو عنك لا يعنيك في شيء؟ فكّر مرة أخرى.

تم رفض قبول "ريد كوليج" كطالب لأنه كتب تعليقات غير لائقة عن الكلية في مدونته على موقع (LiveJournal).

تم إيقاف ٢٠ طالبًا عن الدراسة في مدرسة ثانوية في "كوستا ميسا" بكاليفورنيا لأنهم قاموا بكتابة تعليقات ضد السامية في موقع مجموعة (MySpace)، كما تم إيقاف مجموعة من الرياضيين بجامعة "كولورادو" بولاية "لويزيانا" لأنهم كتبوا تعليقات غير مهذبة عن المدير الفني لفريقهم على موقع (Facebook).

تم إلغاء منح فرصة عمل لخريج من ولاية "كلية هندسة فيرمونت" بعد أن لوحظ على موقعه على شبكة (Facebook) إشارات إلى حفلات وكحوليات.

تقدم "أليكسي فاينر" وهو من خريجي جامعة "ييل" في خريف عام ٢٠٠٦ بطلب للعمل في "سويس إنفستمنت بنك"، كما قام بتقديم سيرة ذاتية مفصلة مكونة من ١١ صفحة مصحوبة بطلبه ومعها شريط فيديو أعده بنفسه وعنونه باسم "المستحيل هو لا شيء"، والتي يتفاخر فيها بأدائه في رياضة رفع الأثقال من الوضع راقدًا، وبراعته الفائقة في لعب التنس، قام شخص ما في "سويس إنفستمنت بنك" بوضع مرفقات الطلب المقدم من "سويس إنفستمنت بنك" على

الشبكة العالمية وأيضًا تسجيل الفيديو الذي قدمه على موقع (YouTube)، وفي غضون بضعة أيام بدأت تأتيه المئات من الرسائل الإلكترونية المتهكمة وحتى تلك التي تحتوي على تهديدات. كتيبة الإعدام الرقمية قامت بإنهاء حياته الوظيفية في مجال البنوك قبل أن يضع قدميه في زيورخ، يبحث "أليكسي فاينر" الآن عن وظيفة في مجال العقارات.

الإهانات العلنية والخزي الذي شعر به "أليكسي فاينر" أو مستخدمو الإنترنت لا يمكن بأي حال من الأحوال مقارنته بتجربة الصحفي الصيني المنشق ذى السبعة والثلاثين عامًا "شاي تاو"، وكان مراسلاً لجريدة "كونتينبرري بيزنيس نيوز" في ولاية "هونان"، وحكم عليه في إبريل ٢٠٠٥ بالسجن ١٠ سنوات بواسطة محكمة صينية بتهمة إفشاء أسرار الدولة بطريقة غير قانونية لجهات أجنبية، وكانت جريمته أنه قام بإرسال رسائل بريد إلكترونية لمراسلين غربيين كتغطية للاحتفال بالذكرى الخامسة عشرة لمذبحة ميدان "تيان آن مين"، تم القبض عليه عندما قامت "ياهو" بإمداد الحكومة الصينية بمعلومات عن طريق تتبع آثار المنشق من خلال حساب بريده الإلكتروني وحاسبه الشخصي.

لا يزال مفهوم الأخ الأكبر (وتعنى السلطة المهيمنة) راسخًا ومهيمنًا في "سليكون فالي" الواقعة في "ماونتين فيو" بكاليفورنيا، حيث تقع المراكز الرئيسية العالمية لشركة "جوجل" والتي تمثل أقوى شركة لتطبيقات الجيل الثاني من شبكة الإنترنت العالمية المعروفة باسم

(Web2.0)، ومن خلال مراكزها أشرقت شمس المراقبة الرقمية التي يتم بناؤها نظامًا حسابيًّا بعد الآخر بواسطة جيش من المهندسين، وعلماء الرياضيات، ومصممي البرامج المتميزين على مستوى العالم أجمع.

وطبقًا لما يذكره "نايجل جيلبرت" الأستاذ بجامعة "سيري"، ورئيس الأكاديمية الملكية لعام ٢٠٠٦ في دراسة للمراقبة فإن "جوجل" في غضون خمسة أعوام سيمكنها الحصول على المعلومات الكافية، والقدرة على تتبع المسار الدقيق لكل فرد ومقاصده من خلال برنامج "جوجل إيرث" والتي يمكن أن تستخدمه حكومات أجنبية لتحديد المواقع السِّرية الدقيقة للقواعد الأمريكية للقوات المسلحة، وبرنامج "جوجل كاليندر"، أو البرنامج الجديد تحت التطوير "جوجل هيلث"(٥).

يشارك "نايجل جيلبرت" مخاوفه مفوض "معلومات المملكة المتحدة" السيد "ريتشارد توماس" والذي كتب يقول: "أخشى بأننا نسير في الطريق إلى مجتمع المراقبة والذي يحيط بنا بالفعل"، وهذا الهاجس ردد صداه عدد من الأمريكيين المنتقدين، بمن فيهم "آدم جرين فيلد" مؤلف كتاب "الكمبيوتر في كل شيء في حياتنا –أفول عصر الحسابات المستمرة".

يتنبأ "آدم جرين فيلد" أنه في المستقبل القريب ستكون أجهزة الحاسبات الصغيرة موجودة في كل شيء من الملابس إلى القواعد التي

توضع عليها أكواب العصائر . نتائج سيناريو أن يتغلغل الكمبيوتر في كل شيء بحيث سيواجه الإنسان في كل شيء يفعله، بدءاً من مقابلة غرباء يرتدون شرائح كمبيوتر دقيقة في الشارع، إلى شرب نصف لتر من العصائر الذكية، تفاعلاتنا اليومية مع المباني الذكية، الأثاث الذكي، الملابس الذكية، أو حتى أحواض الاستحمام أو البانيوهات الذكية ستعطي معلومات وسينتهي المطاف بهذه البيانات في قاعدة بيانات كمثيلتها في "جوجل"، وهي قاعدة البيانات التي ستنتهي عندها كل قواعد البيانات.

عصر الكمبيوتر في كل شيء يجسد بزوغ عصر المراقبة، وحيث إن الكمبيوتر سيكون موجوداً في الملابس، وعلى الحوائط وفي الشوارع، وفي حجرات المعيشة، وفي الحمامات، وسيكون كل شيء معلوماً بصورة مطلقة، وكل هذه المعلومات يمكن تجميعها وتحليلها من خلال خادمات ضخمة، وبعد ذلك يتم توزيعها. ويقول البروفيسور "نايجل جيلبرت : " إنه سيكون باستطاعتنا مثلاً أن نطلب من جوجل : ماذا كان شخص معين يفعل في الساعة ٢,٣٠ بالأمس؟ ونحصل على الإجابة.

إنه عالم بلا خصوصية، عالم سيتم فيه استخراج ما بداخل الإنسان لخارجه.

وطبقًا لما تورده جريدة "نيويورك تايمز" أن النسخة القادمة من الإنترنت، من المحتمل أن تتصف بالذكاء، برامج يمكنها استخدام المعلومات المتاحة على الإنترنت ليعرف بالحدس قراراتنا ونوايانا

المستقبلية، فعلى سبيل المثال مشروع لجامعة "واشنطون" أطلق عليه اسم "اعرفها جميعًا" - وتم تمويلها بالطبع بواسطة "جوجل" بمفردها قام بنشر برنامج كمبيوتر اختباري يمكنه استخراج مراجعة قواعد البيانات المتاحة للفنادق على الإنترنت ويقوم بربطها بتفضيلات العملاء، ثم يقوم باستخدام هذه البيانات لتحديد أفضل فندق للفرد المستخدم، وربما تبدو هذه المعلومة غير ذات خطورة للوهلة الأولى، فقبل كل شيء من لا يرغب في أن يحدد له الكمبيوتر أنسب موقع لفندق، وأفضل حمام سباحة، وخدمات الغُرف فيه تقوم بتقديم أفضل الأطباق المحببة إلينا؟ ولكن هل نرغب حقًّا في أن نفتح الباب للتكنولوجيا لتحل محل العقل البشري، ومكان اتخاذ القرار الفردي بواسطة البشر؟ هل نريد حقًّا أن تعرف "جوجل" عنا ما يكفي ليجعلها تتوقع أفعالنا وتقوم بالتنبؤ بطرق تفكيرنا؟

إن "جوجل" عن طريق إيمانها الكهنوتى فإن الحقيقة لديها: تؤدى إلى الدخول إلى هذا العالم الجديد المتسع لكل المعارف.

وفي حديثه إلى المؤتمر الذي أطلق عليه اسم "روح العصر" على نحو ملائم قام "لاري باج" مؤسس "جوجل" بتصور "محرك البحث المطلق"(٦).

"محرك البحث المطلق" سيكون في مقدوره فهم كل شيء في هذا العالم، سيكون في مقدوره أن يفهم أي سؤال تقوم بطرحه عليه، ويقوم

بتقديم الإجابة المثالية الصحيحة في الحال.

إذن "محرك البحث المطلق" سيكون الكأس المقدسة بالنسبة إلى "جوجل" (الكأس المقدسة يقال إنها طبق أو كأس أو كوب استخدمه المسيح في العشاء الأخير ويقال أن له معجزات خارقة- المترجم)، إنه النسخة العصرية من الوحي الإلهي في الميثالوجيا الإغريقية القديمة، أو إنها فكرة الصهيونية- المسيحية عن القدرة الكلية والوجود المطلق للإله.

ولذا ما الذي يمكن أن يحدث للجنس البشري في المستقبل الذي يجب عليه فيه أن يتعايش مع قاعدة البيانات المطلقة لجوجل؟ ماذا يكون مصيرنا في عصر المراقبة الرقمية الشاملة؟

كل إنسان يعرف ما الذي يمكن أن يحدث.

٨

الحلول

إذن فما هو المطلوب لتحقيقه ؟

كيف يمكننا توجيه ثورة الجيل الثاني لشبكة الويب (Web2.0) بشكلٍ بناء، بحيث تؤدي إلى إثراء اقتصادنا وثقافتنا وقيمنا بدلاً من إضعافها؟ ماذا يمكننا فعله لضمان ألا تكتسح موجة الانبهار لدى الهواة تقاليدنا القيمة والتي تتمثل في تمجيد المعرفة والخبرة وتشجيع الإنجاز الإبداعي ودعم اقتصاد المعلومات المزدهر الذي يمكن التعويل عليه؟

أنا لست ضد التكنولوجيا أو التقدم، فالتكنولوجيا الرقمية تعد شيئًا مُعجزًا؛ حيث أمدتنا بالوسائل التي تُمكننا من التواصل عالميًا وتبادل المعرفة بطرقٍ غير مسبوقة، ومن المؤكد أن هذا الكتاب ما كان ليكتمل لولا وجود البريد الإلكتروني أو الإنترنت، وأنا آخر من يقوم بإضفاء طابع رومانسي على ماضٍ كنا نكتب فيه الخطابات تحت ضوء الشمعة ونقوم بإيصالها بواسطة خدمة البريد السريع.

أصبحت التكنولوجيا الرقمية جزءاً حتميًّا من حياة القرن الحادي والعشرين. قالت كيفين كيلي أمام مؤتمر التكنولوجيا والترفية والتصميم الذي عُقِدَ في سليكون فالي في شهر فبراير عام ٢٠٠٥: إنه "يمكنكم تأجيل سير التكنولوجيا ولكن لا يمكنكم إيقافها" وهذا أمر صحيح حيث أن وسائط المشاركة الإعلامية للجيل الثاني من شبكة (Web2.0) تقوم بإعادة تشكيل المشهد الفكري والسياسي والتجاري إما للأفضل أو للأسوأ، وليس بمقدورنا حظر موقع ويكيبديا (Wikipedia) أو إعادة إحياء موقع "Tower Records" أو تغيير الحقائق التي جعلت مواقع مثل "MySpace" و"You Tube" ذات شعبية ضخمة وتحقق أرباحًا متزايدة. بدلاً من ذلك، يتمثل التحدي الذي نواجه في حماية تراث الاتجاه السائد لوسائل الإعلام وقرنين من حماية حقوق التأليف والنشر في ظل التكنولوجيا الرقمية للقرن الحادي والعشرين، وينبغي أن يكون هدفنا هو الحفاظ على ثقافتنا وقيمنا مع الاستمتاع بمزايا قدرات شبكة الإنترنت في الوقت الحالي. وإننا بحاجةٍ إلى إيجاد سبيل للتوازن بين أفضل أشياء المستقبل الرقمي دون تدمير مؤسسات الماضي.

موسوعة سيتيزنديوم

في يناير ٢٠٠٠، حضر لاري سانجر – ٣٠ سنة طالب دكتوراه – إلى جيمي ويلز – وهو مقاول في الإنترنت – وطرح عليه فكرة إقامة مدونة ثقافية. كما قلت في الفصل الثاني بأن ويلز عين سانجر وأسس الرجلان أول موسوعة علمية يكتب مقالاتها مجموعة من الخبراء المختصين Nupedia ثم في يناير ٢٠٠١ أسسوا موسوعة ويكيبديا.

ولكن على عكس سيرجي برن ولاري بيج في جوجل وستيف تشن وتشاد هيرلي في يوتيوب، انتهت الشراكة بين ويلز وسانجر بسرعة.

لماذا؟ لأن لاري سانجر عاد إلى صوابه فقد أدرك النتائج المدمرة لتجربة الويكيبديا. لقد أدار سانجر عمليات الويكيبديا كل يوم. فقد كان مسئولاً عن ضبط الهواة المتطرفين المتعصبين الذي يرسلون ويعيدون إرسال آلاف من المواد يوميًّا. بعد مضي سنتين كان لديه الكثير جداً من الفوضويين أمثال "the Cunctator" ومناظراتهم التي لا تتوقف، وشجارهم المتواصل حول جودة الرقابة في الويكيبديا.

إن الدرس الذي استقاه سانجر من تجربته مع الويكيبديا هو أن ديمقراطية المعلومات يمكن أن تتحلل بسرعة إلى تآكل فكري نحو المساواة بين من يعرف ومن لا يعرف. فإن معرفة الخبير، هي في الواقع تتفوق على الحكمة التراكمية للهواة. فقد عرف بأن الموسوعة ذات المصدر المفتوح مثل الويكيبديا يمكن أن تؤدي دورها بفاعلية إن

حافظت على بعض المراجع في أن تحجب ويدلي مجهول بإسهاماته. كما تعلم أن ديمقراطية الشبكات المفتوحة هي لا محالة يفسدها المعتوهون.

لقد أدرك سانجر أن مشكلة الويكيبديا كانت في التنفيذ، وليس في تقنيتها. لذا فقد ابتعد عنها وأعاد التفكير في كيفية إدماج الصوت والخبير الثقة مع المادة التي يفرزها المستخدم. وتوصل إلى أفضل سبيل لإدماج بين القديم والجديد في وسائل الإعلام.

وأطلق عليه سيتزينديوم. وقد بدأها في سبتمبر ٢٠٠٦، ويصفها سانجر قائلا: " إنها مشروع تجريبي ويكي جديد يربط بين المشاركة العامة و توجيه خبير. بمعنى آخر، إنها محاولة لصهر نقاط قوة ثروة موثقة مثل الموسوعة البريطانية مع طاقة مشاركة من الويكيبديا. وفي سيتزينديوم، فإن الخبراء في موضوعات محددة لديهم القدرة على المراجعة والموافقة وتسوية المسائل الخلافية حول المقالات ضمن مجال التخصص. مجموعة منتقاة من المسئولين للحفاظ على الموقع من خلال فرض رقابة على الخارجين على القانون والمشاغبين.

والشيء الجديد في سيتزينديوم هو أن الموقع يعترف بحقيقة أن بعض الناس يعرفون أكثر في موضوعات معينة أكثر من الآخرين- فمثلاً أساتذة قسم اللغة الإنجليزية في هارفرد يعرفون الكثير عن الأدب وتطور أكثر مما يعرفه طالب في المرحلة الثانوية. وحتى رواد الشبكة (Web2.0) مثل لاري سانجر بات يدرك باحتمال وجود أمل بعد كل

تكاثر مستخدمي (Web2.0) .

ولم يكن لاري سانجر الرائد الوحيد في إصدار (Web2.0) الذي أدرك بمدى قصور المعلومات التي يقدمها الهواة. فهذا Niklas Zennstrom and Janus Friis وهما مؤسسا خدمة " تقاسم الملفات كازا " file sharing Kazaa) وأيضًا شركة الهاتف أون لاين سكاي بي Skype والتي اشترتها شركة eBay بمبلغ ٢,٥ مليار دولار في سبتمبر ٢٠٠٥) قد أطلقت Joost وهي وسيلة إعلام تمهيدية رقمية جديدة للعالم يتقارب فيها بسرعة الإنترنت والتلفزيون. فإن خدمة Joost تبشر بتقديم مبدعين محترفين في الفيديو مع منصة متقابلة للتوزيع وبيع المحتويات لكل الإنترنت.

فإن المنصة سوف تمكن منتجي المحتويات الرئيسية لجمع محتوى تقليدي واحد بشبكة تلفزيونية مع ترابط بالمحتوى على النت. والمنصة الثانية للتلفزيون تقدم وعداً مماثلاً وهو Brightcove ومقرها بوسطن وقد أسسها جيرمي آلير وهو الرئيس المسئول التقني السابق في شركة "ماكروميديا" والتي أطلقها في يناير ٢٠٠٧ وقد ارتفع رأسمال المشروع إلي ٦٠ مليون دولار.

وقد اقتبس "Friis" عبارة الشاعر الغنائي "Springteen" التلفزيون ٥٠٧ قنوات وليس فيها شيء ونريد التغيير" .

ولكن تغيير ٥٠٧ قنوات تلفزيونية لا يعني بالضرورة أن يكون لديك ٥٠٧ مليون قناة تلفزيونية . وعلى عكس فإن محتويات الخدمة

التي أخرجها المستخدمون مثل يوتيوب فالمنصات مثل Joost وBrightcove تحتفظ بكل التقسيم المهم بين مبدع المضمون وبين مستهلك المضمون. فقد تم تصميمها لتمكن المبدعين من وضع ملفات فيديو لتقديم جودة عالية ومضمون تفاعلي للكمبيوتر الشخصي وللتلفزيون، وهكذا عن طريق قرار Viacom في فبراير ٢٠٠٧ للسماح ببعض البرامجMTV و برامج Comedy Central وبرامجBET إلى شركة Joost وهكذا فإن الجيل التالي من المنصات تقدم أفضل ما في وسائل الإعلام القديمة والحديثة - وتمكننا من القيام بالدردشة المباشرة بالصوت والصورة (فيديو) ورسائل مباشرة مع أي شخص آخر خلال مشاهدة البرامج المفضلة. في سنة ١٩٩٠ أصدر خبير تكنولوجيا الصورة "جورج جيلدر" كتابه "Life after television" ومع وجود شركات جديدة في تكنولوجيا مثل شركة "Joost" وشركة "Brightcove" فإن العالم بعد مرحلة التلفزيون بدأ يتشكل فعلاً.

وهذا يعطيني الأمل بأن تكنولوجيا (Web2.0) يمكن أن تستخدم لتمكن قدرة الخبير بدلاً من تقويضها، وأن الثورة الرقمية تقودنا في عصر تشتد فيه قدرة الخبير. خذ على سبيل المثال الموقع المسمىiAmplify ينشر منصة تسمح للمحترفين ببيع تحميل برامجهم الصوتية والمرئية والتي تقدم إرشادات وخبرات (في كل شيء بدءاً من إنقاص الوزن مروراً بالتمويل وانتهاء بتربية الأولاد) تقدمها مباشرة للمشتركين في الموقع. وقد أظهر موقع iAmplif القدرة التكنولوجية للشبكة ٢,٠ التي تقدمها للمحترفين بالمزيد من القنوات المباشرة

للوصول إلى السوق.

إذن فالمستقبل هو لـ iAmplyfy أو Myspace هل هو Youtube أو Joost؟ أهو المستقبل للويكيبديا أو سيتيزنديوم ؟ فالسؤال يعتبر سؤالاً منطقيًّا أكثر منه تكنولوجيًّا والإجابة عنه متروكة لنا. فنستطيع- بل ويجب - أن نقاوم مقاومة إغواء أغنية الهواة النبلاء واستخدام (Web2.0) لنثق في خبرائنا من جديد ويجب أن نفعل ذلك.

يستجيب العديد من الصحف والمجلات التقليدية للتحديات التي تواجهها بمزج محتوى الإعلام الجديد والتقليدي دون التنازل عن معايير التحرير أو جودته. استطاعت صحيفة جارديان البريطانية تغيير جزء من نشاطها على الإنترنت مع الحفاظ على جمع وإرسال الأخبار عالية الجودة. قدمت جارديان أنليمتد في طبعتها على الإنترنت عملاً رائعًا حين دمجت تقاليد الصحف الرسمية مع ديمقراطية عالم (Web2.0) المتفاعلة حتى إنها تتفاخر بأن قراءها على الإنترنت في الولايات المتحدة أكثر من قارئي الصحف المحلية مثل لوس أنجلوس تايمز. لدى جارديان أنليمتد مجالس رسائل مجهولة تكسوها أفكار صادرة عن الجمهور غير مطلعة ضالة. ولكن على عكس العديد من الطبعات على الإنترنت حيث لا يمكن تمييز مدونات القراء وإعلاناتهم المدفوعة من المقالات الحقيقية؛ نستطيع معرفة الفرق بين التحقيقات المتخصصة وأفكار الهواة على جارديان أنليمتد.

على الرغم من جارديان أنليمتد مجانية إلا أنها استطاعت تحقيق قدر من النجاح الاقتصادي عن طريق توازن تكاليفها مع مبيعات الإعلان على الإنترنت. يعتبر اتباع الصحف المطبوعة الأخرى نهج صحيفة جارديان الجديد إعلام إنترنت خبرًا جيداً. في يناير ٢٠٠٧، على سبيل المثال، افتتح محرر لوس أنجلوس تايمز الجديد جيمس إي أوشيا مبادرة لاستثمار المزيد من الموارد في التكنولوجيا الرقمية وإرسال إنترنت خاصة تغطية الأخبار "المفرطة في المحلية." كان هدف أوشيا توصيل الأخبار لقرائه بالتكلفة الفعلية وهو الشيء الذي وصفه "الخبز اليومي من الديمقراطية ".

قررت صحيفة وول ستريت جورنال نقل بعض تحليلاتها وأفكارها على الإنترنت لتقليل حجم الطبعة المطبوعة وتكلفتها ولكن دون التنازل عن قدرتها على جمع الأخبار أو نزاهتها الصحفية مما يمنحنا أملا في تبني الصحف للإعلام على الإنترنت والحفاظ على معاييرها التخصصية وتوسيع قاعدة قرائها وزيادة إيراداتها.

ينضج الإنترنت حاليًا كوسيط مواقع أخبار منتجة إنتاجًا متخصصًا حيث يثبت إطلاق بوليتيكو التي تعد دار نشر أخبار إنترنت مقرها واشنطن العاصمة في يناير ٢٠٠٧ أن الصحافة المتخصصة تناسب وسيط الإنترنت المرن وغير الرسمي. يعمل في بوليتيكو التي أسسها جون هاريس محرر واشنطن بوست السياسي السابق - صحفيون مدربون تدريبًا جيداً من دور نشر مثل واشنطن بوست وتايم ماجازين والإذاعة الوطنية العامة وبلومبرج نيوز. لن يجلب أفضل الصحفيين

مصداقيتهم وتقدير اسمهم فحسب إلى بداية الويب وإنما معاييرهم الأخلاقية وشبكتهم الداخلية ومعرفة المؤسسات التي يستعيرها الناجحون في الإعلام التقليدي.

وفي نوفمبر ٢٠٠٦، أعلنت أريانا هافنجتن الفاتنة القادمة من جنوب كاليفورنيا وراء هافنجتن بوست دوت كوم التي تسمت على اسمها أنها توظف صحفيين متخصصين من دور نشر مثل نيويورك تايمز ونيوزويك لإرسال أخبار عن الكونجرس والانتخابات الرئاسية في عام ٢٠٠٨ لمدونتها، مما يضيف إمكانية إرسال الأخبار لخليط من الأفكار والتعليقات. وبالتالي، تتمتع هافنجتن بوست بأفضل ما في العالمين وهما فورية موقع المدونة وطاقته بالإضافة إلى تقرير أصلي وعالي الجودة. يحل بعض المراسلين الذين يغطون السياسة والانتخابات بالكاد محل الصحف واسعة النطاق من حيث اتساع المراسلة ونطاقها. وفي نهاية اليوم، تعتمد قابلية تطبيق إعلامنا بعيدة المدى على أنشطة كل شخص فينا وسلوكه. إذا اتفقنا مع فكرة الصحف الحرة وإعلام جمع أخبار قوي، احتجنا دعمه بالاستمرار في الاشتراك في الصحف وقراءتها. لا تتجاوز أهمية الديمقراطية مثل ديمقراطيتنا سوى أهمية المواطنة المطلعة. وفي الوقت نفسه، تحاول منظمات الأخبار أيضا التأقلم والتغيير.

بينما تهاجر أموال الإعلانات إلى الويب، تحاول المزيد من الصحف زيادة إيرادات الإعلان من خلال شراكات إستراتيجية مع شركات على الإنترنت. ففي نوفمبر ٢٠٠٦، أقامت ياهو شراكة مع ١٧٦ صحيفة يومية حتى تصل إعلانات هذه الصحف المبوبة من خلال موقع ياهو.

في هذا الشهر أعنت جوجل صفقة مشابهة توافق على المشاركة في المحتوى والإعلان والتكنولوجيا مع مجموعة مكونة من خمسين صحيفة كبرى مثل واشنطن بوست وشيكاغو تريبيون ونيويورك تايمز. اتفق مونستر دوت كوم وهو موقع مهني على الإنترنت على إرسال قوائم وظائف من أربعين صحيفة قومية مثل فيلادلفيا إنكويرير و فيلادلفيا ديلي نيوز. وتعد المسألة الآن هل تساعد هذه الشراكات الصحف على إنتاج أموال إعلانات كافية لتعويض الانتشار سريع الاندفاع؟

وماذا عن صناعة الموسيقى؟ هل تستطيع شركات الموسيقى إعادة التفكير في نماذج شركاتها لتظل قادرة على التنافس على الرغم من الاندفاع في التحميل الرقمي والقرصنة؟ طبقًا لصحيفة نيويورك تايمز، كشفت بيانات تحليل التكاليف عن سجل ناجح أصدرته تسجيلات وارنر مؤخراً أن ٧٤٪ من إجمالي الإيرادات نتيجة مبيعات الأسطوانات المدمجة الحقيقية وباقي الإيرادات نتيجة بيع الرنات وألعاب الهواتف المحمولة وخلفياتها وخلفيات شاشاتها. يرتبط المال المنتج من المنتجات الرقمية بإصدار الألبومات. في مناطق أخرى من العالم، يعتبر بيع الكماليات الرقمية أكثر ربحية ولكن هل تستطيع صناعة الموسيقى كسب أموال كافية من هذه المنتجات لتعويض الإيرادات الضائعة بسبب القرصنة.

صعقت في كل مرة أدخل فيها أميبا وهو أحد محلات التسجيلات المحلية المتبقية في بركلي حين علمت أن ثمن إحدى الأسطوانات المدمجة المصدرة حديثًا في المتوسط ١٦ دولاراً أمريكيًّا. عندما يستطيع

المستهلكون الحصول على ألبوم من أي تيونز بسعر ١٠ دولارات أو أغانٍ فردية منتقاة بسعر دولار، لماذا تتمسك صناعة الموسيقى بتركيبة الأسعار الأصلية؟ ينبغي أن تجد الصناعة طرقًا لتنظيم أسعار ترزيم الألبومات المادية وتخزينها وتوزيعها حتى تتنافس أسعار الأسطوانات المدمجة مع أسعار الألبومات الرقمية. بالطبع ليس هذا نهاية كل شيء أو فيما يتعلق بالقرصنة ولكن قد تعد إيماءة أولى خطوات النضال لاستعادة عملائها.

كما أنه من المدهش أن الأسماء الكبيرة ذات الدلالة الدينية في إدارة حقوق إدارة الرقمية للبرامج Rights Management software (DRM) إلى حد تمتد للقرصنة الرقمية. ولعل (DRM) حماية حقوق نسخ البرامج تأتي مع تنزيل الموسيقى المباعة مع الأصناف الكبيرة وتمنعنا من أن نحول شراءنا الشرعي للموسيقى الرقمية من iTunes jukebox إلى مكتباتنا Napster أوReal Networks. ولكن التاريخ الحديث لأعمال الموسيقى يظهر بوضوح أن اللصوص يقومون بعملية السطو على الموسيقى أون لاين بغض النظر عن إغلاق إلكتروني والذي من المفروض أن يحميها. وهذا السر الذي جعل المدير التنفيذي لشركة آبل ستيف جوبز - والذي صمم مشغل iPod وiTune التي حققت نموًا للموسيقى الرقمية بلغ مليارى دولار في عام ٢٠٠٦ . والتي خرجت على إدارة حقوق البرامج الرقمية DRM. وهذا يعني بأن آبل iTunes باع نحو ٨٥٪ من ٥٢٣ مليون تنزيل موسيقى رقمية باعتها

فقط في الولايات المتحدة الأمريكية في عام ٢٠٠٦[٣] .

والوضع العكسي للوظائف كان بالتأكيد شيء يوحي بأن صناعة التسجيلات يجب أن تفكر باهتمام. في مقال ظهر في فبراير ٢٠٠٧ كتبه المدير التنفيذي لشركة آبل كتب يقول بأن معظم القرصنة الرقمية حاليًا نشأت من تجارة غير شرعية لنسخ الموسيقى من أسطوانات مدمجة (والتي حقوق إدارة البرامج الرقمية DRM مجانية) فضلاً عن تنزيل الموسيقى الرقمية . فما هي تلك أعمال القرصنة والتي تعتبر في صالح DRM؟ فأجاب يقول: "تبدو وكأنما لا يُعلى عليها"[٤] .

ومرة أخرى فنحن المستهلكون للموسيقى والذين يؤدون دورًا في هذه القصة الملحمية المستمرة. فعلينا أن نفهم بأن التنزيل غير القانوني والمشترك هو وأد لصناعة دفعتنا للتسجيلات من كل شخص بدءًا من بول سايمون والبيتلز إلى بيونسي وكاري آندروود. فمستقبل أعمال الموسيقى تكمن في مكان ما بين ١٦ دولارًا للأسطوانة المدمجة والملفات الرقمية المسروقة. ومستقبل الإصدار الممكن يكمن مع eMusic وهو المشغل الكبير الجديد لصناعة الموسيقى الرقمية (الثاني فقط من آبل Apple) كما أن eMusic تبيع موسيقى مجانية بملفات في نسق MP3 والتي تعني أن المشتركين يمكنهم تنزيل أغانٍ إلى المشغل الرقمي أوجيوك بوكس jukebox .

ورغم أن الأربعة أصناف قد قاومت طويلا اندماج كاتلوجاتها على

خدمة eMusic فإن الموقع مع ذلك يعتز بعدد المشتركين ٢٥٠,٠٠٠ الذين يدفعون ٩,٩٩ دولار في الشهر لتنزيل ٣٠ أغنية من ١١,٠٠٠ نوع من الأغنيات التي يتم بيعها على الموقع [٥].

وفي الربع الثالث من العام ٢٠٠٦ سجل السهم ارتفاع ١٠٪ من السوق الكلية للموسيقى الرقمية- نفس المجموع لسهم نابستر Napsterk، وموسيقى MSN وموسيقى موقع ياهوو. فنجاح نموذج eMusicيوضح بان المستهلكين راغبين في دفع نقود مقابل الموسيقى حينما يتم تسعيرها بشكل منافس ويسهل شراؤه. فالنجاح المتصاعد لكتالوجات eMusic من ١١,٠٠٠ مصنف مستقل توحي بأن المصنفات والفنانين ما زالوا قادرين على جمع الأموال من خلال بيعهم الموسيقى بأقل من ٩٩ سنتًا للأسطوانة. كما ترسم eMusic صورة وردية بأن صناعة التسجيلات النابضة بالحياة والمستهلكين يمكن تواجدهما معا في المستقبل الرقمي. في فبراير ٢٠٠٧ واحد من ضمن أربعة مصنفات EMI أشيع عنه أنه يصارع فكرة إصدار كتالوج في شكلMP36 وهكذا فمن خلال قراءتك لهذا أو أكثر من هذا عن المصنفات الكبيرة سوف تكون أول من يغوص في عالم DRM الرقمي المجاني.

والطريق للحفاظ على صناعة تسجيلات الموسيقى النابضة هو الرغبة في مساعدة الأنواع الجديدة والموسيقى والخدمات الجديدة مثل eMusic بدولاراتنا – لوقف عملية نهب عرق المبدعين الآخرين.

الجريمة والعقاب

في مـارس ٢٠٠٦، اشـتـبكـت في جـدل على الإنتـرنـت مع المدون السياسي جلين رينولدز حول الأخلاق. ففي مراجعة كتابه Army of Davids لصحيفة ويكلي ستاندرد، فذكرت بأن رينولدز في تقاليد ماركس الرومانسية قد استثمر مستوى غير معقول من الثقة في قدرة الجنس البشري في استخدام التكنولوجيا استخداماً مسئولاً.

ولكن كان السؤال الأساسي في المناقشة بين النفعيين مثلي (أو عما أعتقد) والمثاليين مثل رينولدز، هو هل نثق في مجتمع يتصرف بشكل لائق في حضارة غربية متوحشة في ثورة الويب ٢٫٠ .

وقد حاولت أن أبرهن على أننا يمكن خداعنا بسهولة ويمكن أن نضل وتفسد أخلاقنا. بمعنى آخر، إننا بحاجة إلى قوانين ولوائح تساعدنا على ضبط سلوكنا على الإنترنت، كما أننا بحاجة إلى قواعد المرور لتنظيم حركة السيارات لحماية المواطنين من الحوادث. والواقع بأن تنظيمـاً بسيطاً للإنترنت يمكن أن يحقق الهدف. ودعني أقدم لك مثلاً.

ففي يوم الأحد ١٥ يوليو ٢٠٠٦، كان ديفيد كاروثرس وهو مدير تنفيذي بريطاني يرتدي ملابس فاخرة في أواخر الأربعينات من العمر ويضع نظارة سلكية الإطار وزوجته كارول قادمين من لندن وهبطا في مطار دالاس فورت ليركبا الطائرة المتجهة إلى سان خوسيه في كوستاريكا. ولكن ما حدث أنه لم يجعلها تتجه إلى كوستاريكا.

فقبل ركوبهما الطائرة الأمريكية الرحلة رقم ٢١٦٧، اعتقلته السلطات الفيدرالية بتهمة الابتزاز والقرصنة والغش.

كان كاروثرس مديراً تنفيذيًّا في BetonSports بيتون سبورت وهي شركة للقمار على الإنترنت تتاجر في بورصة لندن علانية وقد ربحت في عام ٢٠٠٥ مبلغ ٢٠٫١ مليون دولار أمريكي أرباح على عائد ١٫٧٧ مليار دولار إيرادات. ورغم أن القانون الفيدرالي لعام ١٩٦١ قانون المواصلات السلكية Wire Actوالقاضي بمنع القمار في الولايات المتحدة الأمريكية ويمنع استخدام الاتصالات (بما فيها الإنترنت) لتحويل المراهنات أو أعمال الكازينوهات مثل BetonSports وموقع 888.com وموقع SportingBet وموقع PartyGaming والتي نشطت وجمعت نحو ٦ مليار دولار من الأمريكيين من خلال المراهنات على كل شيء بدءاً من مباريات كرة القدم إلى البوكر والروليت. وحتى اليوم فإن تلك الشركات تتحايل على النظام القانوني الأمريكي من خلال وضع حاسوب خادم خارج المياه الإقليمية مناطق معفاة من الضرائب، مثل كوستا ريكا وجيبرالتار وأنتيجوا أو قناة الجزر، حيث يديرون أعمالهم على نطاق واسع بعيداً عن رقابة رادار السلطات الأمريكية.

وإلقاء القبض على ديفيد كاروثر في مطار دلاس فورت وبالتالي القبض على الشخصية الرئيسية للقمار أون لاين بيتر ديك رئيس نادي سبورتنج بت، وبعد بضعة شهور أعلنت عن صفقة غير مشروعة من

المراهنات أون لاين. بينما جلس المدير التنفيذي في قاعة المحكمة وهو يرتدي بذلته البرتقالية يواجه نحو ٢٢ تهمة إجرامية ضده، فتوقفت Betonsports عن قبول المزيد من المراهنات من مستخدمي العنوان IP الأمريكي وقامت الشركة بتصفية كل عملياتها في الولايات المتحدة .

وكثير من التشريعات القانونية الخاصة بمجلس الشيوخ ساعدت في كبح كثير من عمليات القمار غير الشرعية. ففي ٣٠ سبتمبر ٢٠٠٦ وافق مجلس الشيوخ على قانون عدم شرعية مقامرة الإنترنت الإجبارية والتي أجازت عقوبات جنائية على البنوك وبطاقات الائتمان والشركات التي تسهل عملية الدفع على الإنترنت لشركات القمار. وفي يناير ٢٠٠٧، تم النطق بالاتهامات على أربع شركات استثمارية رئيسية قامت بتأمين العروض المبدئية لعمليات قمار على الإنترنت.

ويمكن للتشريعات القوية وتطبيق القوي للقانون أن تكون فعالة. فقد انخفضت كازينوهات القمار على الإنترنت؛ وطبقًا لمجلة ذي إيكونوميست، إن تشريع عام ٢٠٠٦ "أثبت فعاليته في تعطيل وشلل صناعة كان التراخي في القبض عليها" واجتثاث شركة المقامرة PartyGaming لوقف أعمالها مباشرة في الولايات المتحدة . ولكن الحكومة ما زالت تحتاج إلى الاستمرار في إصدار التشريعات ضد القمار والمضي في أبعد من ذلك في إقفال مراكز أعمال القمار الخارجية.

فالقمار ليس هو النشاط الوحيد على الإنترنت الذي يستفيد من المزيد من التشريعات. فإنني أشعر بأننا بحاجة إلى فرض تشريعات

صارمة على الغش على الإنترنت وسرقة الهويات والسرقات الطليقة لحقوق الملكية الفكرية.

ففي فبراير ٢٠٠٦ قدم عضو مجلس الشيوخ عن ماسويشتيس "إيد ماركي" عريضة يطلب فيها أسماء شركات محركات البحث لقيامها بعملية حذف أي معلومات عن الزوار وهي غير مطلوبة لأغراض قانونية . إنها خطوة في الاتجاه الصحيح. فقط من خلال حدود قانونية على نوعية المعلومات والبيانات التي يمكن تخزينها وجمعها عنا وأيضًا الوقت المسموح به، يمكن أن يحمينا من أي نوع من تسرب البيانات التي تنتج في أحسن الأحوال إلى تشهير علني والأسوأ هو تدمير هوية السرقة.

ومن سوء الحظ أن التشريعات السابقة قد كبحت عمليات مقاسمة ملفات غير الشرعية الموسيقى والأفلام السينمائية على الإنترنت. ومع ذلك فإن شركات الوسائط بدأت أخيرا تتخذ الإجراءات القانونية. ففي نوفمبر ٢٠٠٦، رفعت مجموعة يونيفرسال الموسيقية قضية انتهاك حقوق الطبع والنشر ضد موقع MySpace لأنها سمحت للمستخدمين بإرسال وتبادل نسخ مسروقة من أسطوانات مسروقة للفيديو والموسيقى. وتسعى شركة يونيفرسال للحصول على تعويض قيمته ١٥٠ ألف دولار عن كل مخالفة؛ لا يختلف أحد على نسبة مستخدمي الموقع الكبيرة ويبلغ عددهم ١٤٠ مليون شخص قد ارتكبوا مخالفات. وفي غضون ذلك قام – يناير ٢٠٠٧– قامت شركة " نيوز كورب ، شركة ستوديوهات فوكس التليفزيونية للقرن العشرين التابع

باستدعاء موقع يوتيوب للمثول أمام المحكمة للكشف المستخدم الذي سرق تحميل النسخ الرقمية .The Simpsons and 247 وفي فبراير ٢٠٠٧، قامت مجموعة شركات - Viacom والمالكة لمجموعة تلفزيونات MTV, Nickeldeon, Black Entertainment Tele-vision (BET)

طلبت المحامي رسميًّا بأن يو تيوب قد سجلت ١٠٠,٠٠٠ كليب والتي تمتلك حق النشر والتوزيع شركة Viacom ثم أرسلتها بطريقة غير شرعية على موقع الفيديو. وفي مارس ٢٠٠٧، اتخذت فياكوم الإجراءات القانونية والتي لاحقت الشركة التي تمتلكها جوجل.

وهذه رسالة قوية عن ارتفاع أسعار سرقات الملكية الفكرية، ففي أكتوبر ٢٠٠٥، رفعت مجموعة شركات من الناشرين مثل سايمون وشوستر وماك جراو هيل وجون ويلي وأولاده ومجموعة بنجوين (الولايات المتحدة الأمريكية) رفعت قضية على شركة جوجل إذ قام بعمل مسح رقمي لملايين الكتب المحفوظ حق نشرها. كلما نشطت الشركات في تتبع هذا النموذج في حماية حقوق مؤلفيها وفنانيها، زادت فعاليتهم في ردع القرصنة الرقمية وثقافة القص واللصق المنتشرة على الشبكة.

قد أقول بأن هذه اللوائح هي المطلوبة أكثر لحماية الأطفال من الحيوانات الضارية النهمة للجنس والصور الإباحية على مواقع الشبكة الاجتماعية مثل موقع MySpace. وقد تم اقتراح مشاريع قوانين في

كثير من الولايات التي تطلب عناوين البريد الإلكتروني وكشف الرسائل الفوري لأسماء مرتكبي الانتهاكات الجنسية المتهمين ليتم تسجيلها للرجوع في قواعد بيانات مستخدمي مواقع الشبكة الاجتماعية. وهذه الحماية من مرتكبي الانتهاكات الجنسية المسجلين ستكون أكثر فاعلية على مستوى الأمة. وموقع MySpace أيضًا باعتباره موقع شبكة تواصل اجتماعي تستنبط قاعدة بيانات بالأسماء والأوصاف البدنية للمعتدين جنسيًّا وتطوير آليات يمكن أن تكشف وتستبعد المستخدمين الذين تتطابق أوصافهم على قاعدة البيانات المتوفرة. ولكن هذا وحده ينصب على جزء من المشكلة. ولكن ما يهمني هنا هو كل المعتدين خارج النطاق الذي لا يمكن التنبؤ به لأنهم لم يتم إدانتهم من قبل أو أولئك الذين انضموا إلى موقع MySpace تحت أسماء مزيفة.

ولهذا السبب في أنَّ التدخل من جانب الحكومة يمكن أن يصل أبعد من هذا. فمسئولية حماية الصغار تقع على عاتق موقع "MySpace" والمواقع المماثلة في مراقبة المحتوى المقدم بحذرٍ أكثر وتحسين مستوى ضبط مواقعهم لحجب غير البالغين عن الوصول إلى المواد الخليعة والعروض الجنسية غير اللائقة. ويمكن أن يلعب الآباء دوراً رئيسيًّا من خلال استخدام مرشحات لمنع القصر من إرسال أو استقبال رسائل إباحية صريحة. وكما أرى أن تتم عملية تنقيح لكل الصور المرسلة أو يرسلها القصر واستبعاد كل المضامين الجنسية. ويجب على

مواقع مثل موقع "MySpace" أن يحظر على غير البالغين إدراج معلومات في ملفات البيانات الخاصة بهم تحدد هويتهم مثل رقم الهاتف الخلوي أو عنوان المنزل، كما يجب على الآباء (والمدارس) أن يشجعوا بشدة أبناءهم صغار السن ومن هم في سن المراهقة على عدم نشر أية معلومات أخرى من المحتمل أن تفصح عن الهوية. كذلك يجب على المواقع التحقق بشكلٍ أكثر أمنًا من البيانات الخاصة بتاريخ الأشخاص وذلك لضمان صدق المستخدمين للنت وعدم الكذب بخصوص أعمارهم عند إعدادهم لملفات التعريف الخاصة بهم. وبالطبع عند القبض على المعتدين يجب منعهم تمامًا وبصورة دائمة لدخولهم الموقع وإن تطلب الأمر اعتقالهم. ولأنني أب، فإنني أرى أننا بحاجةٍ إلى إنفاذ قوانين تهدف إلى حماية أطفالنا من المحتوى المدمر من الناحية الأخلاقية الموجود على شبكة الإنترنت. كما أنني أحث على إنفاذ قانون حماية الأطفال على الإنترنت الصادر عام ١٩٩٨ والذي يهدف إلى حماية الأطفال من مواد شبكة الإنترنت التي تعتبر "خليعة" حسبما تحدده المعايير المجتمعية المعاصرة. ويقتضي القانون أن يطلب القائمون على مواقع الويب الإباحية من المستخدمين ما يثبت أعمارهم قبل السماح لهم بالدخول على المحتوى المقدم على الموقع. وينص قانون حماية الأطفال على الإنترنت على توقيع غرامة قدرها ٥٠٠٠٠ دولار أمريكي والسجن لمدة قوامها ستة أشهر في حال عدم الالتزام بالقانون. وعلى الرغم من القصد النبيل للقانون بتجريم ناشري المواد الإباحية على شبكة

الإنترنت الذين يسمحون بدخول الأطفال إلى موادهم الداعرة، فهذا القانون لم يطبق على نطاق واسع، حيث إن محامي الاتحاد الأمريكي للحريات المدنية قد استفادوا من صياغة القانون الغامضة ونجحوا في الاحتجاج بأنه من غير الممكن تحديد ما هو فاحش "طبقًا للمعايير المجتمعية الموضوعية المعاصرة" . فإذا ثبت عدم إنفاذ هذا القانون في القضاء، فإني أحث المشرعين على تعديل القانون على نحوٍ تقبل المحاكم الأخذ به.

في شهر مايو عام ٢٠٠٦، أصدر الكونجرس قانون حماية الأطفال مستخدمي الإنترنت من الاعتداءات الجنسية والذي يقضي بفرض حظر على دخول تلاميذ المرحلة الابتدائية والثانوية إلى مواقع الشبكات الاجتماعية على أجهزة الكمبيوتر الموجودة في المدارس والمكتبات. وحيث إن متوسط اليوم الدراسي يبلغ نحو سبع ساعات ومع وجود جهاز كمبيوتر في كل فصلٍ دراسي فضلاً عن أن نسبة الطلاب إلى المدرسين تبلغ ٣٠ : ١، فإنه ببساطة لا يمكن للمدرس مراقبة التلاميذ طول الوقت عما يبحثون عنه في الشبكة.

ومن خلال اعتراض الدخول إلى المواقع الاجتماعية وكذلك غرف الدردشة وأي مواقع يمكن أن يحصل غير البالغين منها على مواد أو عروض جنسية في المدارس، فإن مشروع القانون، في حال التوقيع عليه، سوف يقطع شوطًا طويلاً في ضمان حماية أطفالنا من ضرر هذا المحتوى على الأقل داخل المدارس.

هل هذه رقابة؟ فإذا كانت رقابة فاخبر والد البنت التي دخلت بطريق الخطأ إلى موقع إباحي على الويب خلال قيامها بعمل بحث "فى مادة العلوم" في مكتبة المدرسة أو إخبار والد صبي - عمره ١٢ سنة - اندفع وراء فضوله إلى موقع يعرض الجنسية البهيمية أو زنى المحارم- في معمل الكمبيوتر وعرضه على زملائه في الفصل.

دور المنزل

إن ما يقربني من القضية النهائية هو: أنه يجب على الآباء أن يكونوا في الصفوف الأمامية في معركة حماية الأطفال من الشرور الخفية لشبكة الويب (ويب ٢٫٠) فعالم شبكة ٢٫٠ حاليًا شيء واضح جدًا وهو أن الأطفال يقضون ساعات أكثر وأكثر على الإنترنت. ولأنه لا يمكن تحاشي هذا الأمر، فإن كنت أبًا أو أمًا فإن مسألة متى وأين وكيف يقضي ابنك أو ابنتك وقته على الإنترنت هو من مسئوليتك الشخصية. انقل جهازهم إلى غرفة الجلوس التي يجتمع فيها كل أفراد الأسرة بدلا من أن تسمح له أو لها بأن يقضي جل وقته في سرية خاصة في غرفة نومه. فهذا يساعدك على مراقبة الوقت الذي يقضونه على موقع " MySpace" وغيره من المواقع التي يمكن أن تستأثر بوقتهم على حساب واجباتهم المدرسية أو تمارينهم أو التفاعل مع الأصدقاء في العالم الحقيقي.

ويمكننا أيضًا السيطرة على أطفالنا عند السماح لهم بالدخول إلى شبكة الإنترنت من خلال وضع مختلف برامج الحماية المتاحة، ومن خلال تحديد المواقع التي يتم الدخول إليها وكذلك المحتوى الذي يرونه. وباستخدام برامج حماية مثل "نت ناني وسيبر سيستر وسمارت أليكس"، يمكن للآباء برمجة متصفح الإنترنت لاعتراض مواقع أو صور معينة وقصر الدردشة وإرسال الرسائل الفورية على "قائمة آمنة" من الأصدقاء وتقييد الوقت على الإنترنت والتحكم في عمليات التنزيل من على الإنترنت واعتراض نقل المعلومات الخاصة مثل أرقام الهاتف والعناوين من على جهاز الكمبيوتر. ومن خلال تنزيل برنامج الإخطار المجاني للآباء والذي أصدره موقع "MySpace" في شهر يناير عام ٢٠٠٧، يمكن للآباء تعقب الاسم والعمر والمكان الذي يستخدمه أبناؤهم للتعريف بأنفسهم على صفحة الموقع.

قد يعترض أحد الآباء قائلاً: "لكنني لا أرغب في التجسس على أطفالي". حسنًا وأنا كذلك لا أرغب في ذلك غير أني أيضًا لا أسمح لهم بمشاهدة قناة "Playboy" أو ركوب سيارة مع شخصٍ غريب أو القفز في طائرة متجهة إلى لاس فيجاس لقضاء عطلة نهاية الأسبوع.

إنَّ على الآباء تحمل مسئولية تعليم أطفالهم أخطار الإنترنت تمامًا كما نعلمهم النظر يمينًا وشمالاً قبل عبور الطريق وعدم أخذ حلوى من أشخاص غرباء. وعليه فعلينا تعليمهم السلوكيات الآمنة أثناء الدخول إلى الإنترنت. والأهم من ذلك هو أنه يجب علينا عدم التردد في بذل

الجهود لكي نغرس فيهم الحكم السليم بحيث يمكنهم اتخاذ الرأي الصحيح والآمن إذا ما وقعوا في موقفٍ ما على الإنترنت.

الكلمة الأخيرة

في مؤتمر التكنولوجيا والترفيه والتصميم الذي عقد عام ٢٠٠٥، قالت كيفين كيلي أمام حشدٍ في سيلكون فالي: إن علينا التزامًا أخلاقيًّا بتطوير التكنولوجيا، "فتخيلوا موتسارت قبل التوصل إلى تكنولوجيا آلة البيانو الموسيقية، وتخيلوا فان جوخ قبل التوصل إلى التقنية المستخدمة في اللوحات الزيتية وتخيلوا كذلك الفريد هتشكوك قبل التوصل إلى التقنية المستخدمة في الأفلام".

إلا أن التكنولوجيا لا تخلق العبقرية البشرية؛ حيث إنها توفر أدوات فقط جديدة للتعبير عن الذات و إذا كانت الفوضى الديمقراطية لمستخدمي محتويات (ويب ٢٫٠) سوف تنتهي بأن تحل محل الاتجاه السائد للأعلام فلن يكون هناك سبب لوجود لفنان مثل فان جوخ أو موتسارت وهيتشكوك في المستقبل لتوزيع أعمالهم الإبداعية أو بيعها.

وبدلاً من التقدم التكنولوجي، فإنني على يقين بأن مسئوليتنا الأخلاقية الحقيقية هي حماية الاتجاه السائد للإعلام من ممارسة الهواة الموهوبين. فنحن بحاجة للإصلاح بدلاً من نشر معلومات أو وسائل

ترفيهية اقتصادية خلال القرنين الماضيين ، قد عززت القيمة الأمريكية وجعلت حضارتنا موضع حسد العالم. فإذا تفككت، فإني أخشى أن يصبح هذا الإعلام المتخصص -الذي يضم كتاباً ومحررين ووكلاء ومستكشفين موهوبين وصحفيين وناشرين وموسيقيين ومراسلين وممثلين- غير قادر على التوافق معه، ومن ثم فإننا نقضي على هذا الإعلام على حساب المخاطر المحدقة بنا.

فلا نغوص في التاريخ مثل جيل ضعيف مسمم بأفكار الدمقرطة المثالية قضى على الإعلام المتخصص. فلا ننسى استبدال الأفلام والموسيقى و الكتب بـ YOUعوضًا عن ذلك لنستخدم التكنولوجيا بطريقة تشجع على الابتكار وتفتح باباً للتواصل والتقدم، وفي الوقت نفسه نحافظ على المستويات المهنية للحقيقة وأصولها وإبداعاتها. فهذا هو واجبنا الأخلاقي و المفروض علينا للماضي والمستقبل معاً.

حاشية الكتاب

المقدمة

1-for more about Huxley's theory, see Jorge Luis Borges'1939 essay "the Total Library"

2-EvanHessel,"Shillipedia,"forbes, June 19,2006.

3-http://mashable.com /2006-07-22/youtube -is-worlds-fastest-growing-website/

4-Scott wooley,"video fixation",forbes, October 16,2006

5-Audit Bureau of Circulations, September 2005,reports.BBC News, January 23,2006. (http://news.bbc.co.uk/2/hi/ entertainment/4639066.stm)

6- Jeff Howe,"No Suit Required,"Wired, September 2006

7-Frank Ahrens, " Disney to Reorganize Its Lagging /Movie Studios" Washington Post, July 20,2006.

8- The term "cult of the amateur" was first coined by Nicholas Carr in his essay "The Amorality of Web 2.0", roughtype .com, October 3, 2005.

١- الغواية الكبرى

1- "Liquid truth :Advice from the Spinmeisters," PR Watch Fourth Quarter 2000, Volume 7, No 4.

2- Antonio Regalado and Dionne Searcey , " Where Did That Video Spoofing Al Gore's film Come From?" Wall Street Journal , August 3,2006.

3- Micheal Barbaro , " Wal-Mart enlists bloggers in PR campaign " New York Times, March 7,2006.

4-"Ken Lay's Death Prompts Confusion on Wikipedia ," USA Today , via Reuters , July 5,2006.

5-Marsell Poe, " The Hive," The Atlantic ,September2006.

6-Kevin Kelly ,"Scan This Book" New York Times Magazine, May 14, 2006.

7-www.AMillion Penguins .com.

8-Reuters, "Publisher launches its first "wiki" novel ",February 1, 2007 .

9- Chris Andreson ,The long Tail, Hyperion , 2006

10- Trevor Butterworth,"Time for the last Post," Financial Times ,February 17, 2006.

11- http:// blog .guykawasaki.com/2007/01/a_ review_ of _ my_ .html.

12-Brookers Branes, "Big TV's Broadband Blitz" Wall Street Journal, August 1, 2006.

٢- الهواة النبلاء

1-Interview with author, August 24, 2006

2- Stacy Schiff ,"Know It All :Can Wikipedia Conquer Expertise? The New Yorker, July 31,2006

3- Ibid

4- Marshall Poe, "The Hive," The Atlantic, September 2006

5-CNET News, March 13, 2001,and January 2, 2002

6- Nicholas Lemann, "Amateur Hour: Journalism without Journalists," The New Yorker, August 7 & 14, 2006

7-Ibid

8-Matt Drudge to National Press Club, June 2, 1998

9- Interview with author

10-Interview with author, March 17, 2006

11- Nicholas Lemann , "Amateur Hour: Journalism Without Journalists, " The New Yorker, August 7 % 14 ,

2006

12-Ibid.

13-Robert J. Samuelson, "AWeb of Exhibitionists ," Washington Post , September 20, 2006.

14- Jurgen Habermas, Acceptance speech for the Bruno Kreisky Prize for the Advancement of Human Rights , March 9, 2006.

15- William Grimes, "You're a Slow Reader? Congratulations," New York Times, September22, 2006.

16-Kevin Kelly ,"Scan This Book" New York Times Magazine , May 14, 2006.

17-Ibid.

18-Eric Stuer, "The Infinite Album," Wired, September 14, 2006.

19- Open Debate ,"Can Anyone Be a Designer?" Fast Company , October 2006.

20- Louise Story , " Super Bow Glory for Amateurs with Video Cameras," New York Times" September 27,2006.

21-Glenn Reynolds, Army of Davids, Nelson, 2006.

٣- حقائق وأكاذيب

1- Nancy Jo Sales, "Click Here for Conspiracy ,"Vanity Fair, September 2006.

2- John Markoff, " Attack of the Zombie Computers Is Growing Threat" New York Times , January 7, 2007

3- Joanne Green, "Blind Date" Miami News Times, September 14, 2006.

4-Laura Parker , " Courts Are Asked to Crack Down on Bloggers, Web Sites ," USA Today, October 2,2006

5-Ibid.

6-Amy Tan, "Personal Errata," from The Opposite of

Fate , Penguin Putnam , 2003.

7-"Sock Puppet Bites Man ," New York Times editorial, September 13, 2006.

8-John Fine, "The Strange Case of Lonelygirl 15 ," BusinessWeek , September 11, 2006.

9-Howard Kurtz, " Loneliness, Lies, and Videotape," Washington Post, September 18, 2006.

10-Tom Glocer, Transcript of speech given at the Globes Media Conference in Tel Aviv on Monday , December 11, 2006, http:// tomglocer.com/blogs/ sample_weblog/archive/ 2006/12/12/142. aspx

11-Sara Kehaulani Goo, " Videos on Web Widen Lens on Conflict" Washington Post , July 25, 2006

12-Charles C. Mann, "Blogs +Spam=trouble ," Wired , September 2006 .

13-Bian Grow and Elgin, with Moira Herbst ,"Click Fraud," BusinessWeek , October 2,2006.

14- Ibid.

15-Tom Zeller Jr ., " Gaming the Search Engine in a Political Season ," New York Times, November 6, 2006 .

16-Edelman PR Press Release, January 23, 2006.

17-Caroline Mc Carthy, " Paris Hilton Showcases YouTube's New Ad Concept,"cnet.com(News), August 22, 2006 .

18-Jamin Warren and John Jurgenson , "The Wizards of Buzz," Wall Street Journal, February 10,2007.

19-Charles Mackay, Extraordinary Popular Delusions ,Harriam House Classics, 2003.

٤- يوم ماتت الموسيقى (أ)

1- Joel Selvin, For S.F. rockers, Tower Record was where it was all happening- now the party's over," San Francisco Chronicle October 19, 2006 .

2-The Financial Times, October 12, 2006 , based on research by International Federation of the Photographic Industry (IFPI) .

3- "Ann Powers Remembers Towers Records," Los Angeles Times , October 11, 2006.

4- Dave Kusek and Gerd Leonhard, The future of Music Manifesto for the digital Music Revolution , Berklee Press, 2005.

5- Recording Industries Association of America .

6-Richard Waters, " MySpace seeks to become a force in online music sales" The Financial Times , September 1, 2006.

٥- يوم ماتت الموسيقى (ب)

1-www.victorianweb.org/authors/dickens/pva/pva75.html

2-www.victorianweb.org/authors/dickens/pva/pva76.html

3- Jay Epstein, "The World According to Edward," Slate, October 31, 2005.

4- Hollywood Reporter, December 21 , 2006.

5-Sharon Waxman ,"After Hype Online, 'Snakes on a Plane ' Is Letdown at a Box Office, " New York Times ," August 21, 2006.

6-Frank Ahrens, "Disney to Reorganize Its Lagging Movie Studios ," Washington Post, July 20, 2006.

7- Yuanzhe Cai and Kurt Scherf, " Internet Video : Direct to Consumer Services" Park Associates Report, November 2006.

8-Mark Porter ," Competition Is Killing Independent U.S. Bookstores ," Reuters, December 26, 2006 .

9-David Streitfield ," Bookshops ' latest and sad plot twist," Los Angeles Times, February 7, 2006 .

10-San Antoino Business Journal, November 24, 2006.

11- Katharine Q. Seelye , " In Tough Times, a Redesigned Journal ," The New York Times,, December 4, 2006 .

12- Katharine Q. Seelye , “Newspaper Circulation Falls Sharply” ,"The New York Times , October 31, 2006

13- Ibid .

14- Micheal Wolff, “Panic on 43rd street,” Vanity Fair , September 2006.

15- "Ad woes worsen at Big Newpapers," Wall Street Journal , October 20, 2006.

16-Maria Aspan ," Great for Craigslist But Not for Newspapers," New York Times November 28, 2005.

17- " Who Killed the Newspapers ?" The Economist August 24, 2006.

18- Katharine Q. Seelye ,"Times Company Announces 500 job Cuts ," New York Times, September 21, 2005.

19-Katharine Q. Seelye , " Los Angeles Times publisher Is Ousted ,"New York Times , October 6, 2006 . Katharine Q. Seelye , " Los Angeles paper Ousts Top Editor ," New York Times , November 8, 2006

20- David Carr, " Gruner and Jahr Chief Intends to Cut Costs by 25$ Million ," New York Times August7 , 2004

21- Philip Weiss , " A Guy Named Craig," New York magazine , January 16, 2006.

22- Michael Wolff, " Panic on 43rd Street , " Vanity Fair, September 2006

23- Katharine Q. Seelye , " A Newspaper Investigates Its Future , " New York Times, October 12, 2006.

24- Who Killed The Newspaper? "The Economist, August 24, 2006.

25- Michael Wolff ," Panic on 43rd Street ,"Vanity Fair, September 2006 .

26-"Who Killed the Newspaper ?" The Economist

,August 24 , 2006 .

27- eMarketer Report , October 17, 2006.

28-Tim Weber, "YouTubers To Get Ad Money Share, " BBC News January 27, 2007.

٦- الفوضى الأخلاقية

1-Suzanne Sataline ,"That Sermon You Heard on Sunday May Be from theWeb," Wall Street Journal, November 13, 2006.

2- Karoum Demirjian,"Denise Pope Comments on Student Plagiarism," Christian Science Monitor, May 11, 2006.

3- Matt Assad, " How Online Gambling Toppled Greg Horgan's World," Morning Call August 17, 2006.

4- George T.Ladd and Nancy M.Petry ,"Disordered Gambling Among University-Based Medical and Dental Patients: A Focus on Internet Gambling," Psychology of Addictive Behaviors, March 2002, Vol 16, No. 1,76-79.

5-Mattathias Sshwartz," The Hold-'Em Hold U," New York Times Magazine, June 11, 2006.

6- Robyn Greenspan," Porn Pages Reach 260 Million," Internet -news.com, September5, 2003.

7- Pediatrics: The Official Journal of the American Academy of Pediatrics, Vol 19, No.2, February 2007, pp.247-57.

8-Never.com," The Prurient Interest: An Eighth Grader Weighs In , October 10, 2006.

9-Joe Garofoli, " Families of sexually abused girls sue MySpace alleging negligence," The San Francisco Chronicle, January 19, 2007.

10-January W.Payne, "Caught in the Web," Washington Post November 14, 2006.

11- "My Virtual Life" BusinessWeek, May 1, 2006.

12- Laura Conawa, " Rape Still Haunting Cyberspace," Village Voice online, December15, 2006

٧- ١٩٨٤ (إصدار 2.0)

1- Daniel Lee," Lost and Found: Info on 260,000 Patients," Indiana Star, October 25, 2006.

2- Katie Weeks, " Fast-Growing Medical Identity Theft Has Lethal Consequences," San Diego Business Journal, October 16, 2006.

3- Tom Zeller Jr.," For Victims, Repairing ID Theft Can Be Grueling," New York Time, October 1, 2005.

4- Clive Thompson, "Open-Source Spying," New York Times Magazine, December 3, 2006.

5- Alexi Mostrous and Rob Evans," Google Will Be Able to Keep Tabs on All of Us," The Guardian , May 23, 2006.

٨- حلول

1- James Rainey, " Editor James O'Shea unveils Web initiative at Times," Los Angeles Times, January 24, 2007.

2- IFPI, Digital Music Report 2007.

3-Nielsen SoundScan report, December 14, 2006.

4-Steve Jobs, " Thoughts on music," www.apple.com, February 7, 2007.

5- Devin Leonard, "Rockin' Along in the Shadow of iTunes," Fortune , February 19, 2007.

6-Joshua chaffin, " EMI Goes Radical on Digital Rights," Andrew Edgecliff-Johnson and Richard Waters, Financial Times February 12, 2007.

7- Nicole Urbanowicz," Fox Subpoenas YouTube over Pirated TV Shows," Wall Street Journal, January26, 2007.

شكر وتقدير

لقد بدأت الكتاب باعتراف، فأتيحوا لي الفرصة بان أختم كتابي باعتراف أيضًا. فإنني أعترف - باعتباري كاتبًا، أنني ظللت موهوبًا. وهذا أول كتاب لي وما زلت أتعلم فن هذا العمل العويص. لقد كان بمثابة ثروتي الهائلة، ورغم ذلك فقد تلقيت أول تعليم للآداب على أيدى مجموعة من المتخصصين البارعين والمحررين والناشرين و المسوقين.

و قد بدأ هذا التعليم في مدينة نيويورك في أواخر عام ٢٠٠٣ وبينما كنت أمشي في برودواي نحو ميدان تايمز سكوير كانت في يدي أول مائة صفحة من كتاب بدأت العمل فيه منذ Foo Camp عام ٢٠٠٤ وهو جزء معادٍ للويب 2.0 ، وجزء مخصص لوادي السيلكون غير المكتمل وجزء مخصص لفيلم الدوار Vertigo للمخرج ألفريد هيتشكوك وجزء مخصص للسيرة الذاتية، وهذه أول مسودة غامضة كانت لموهوب كلاسيكي منغمس في ذاته غير مقروءة ١٠٠٪ وغير منشورة ١٠٠٪.

و قد وجدت نفسي في سندرة مكتب ستيف هانزلمان في شارع فورتي سكند ستريت في نهاية برودواي. وقد افتتح ستيف مع شريكته كاثي هامنج - كلاهما كان مديرًا تنفيذيًّا في شركة هاربركولنز - افتتحا وكالة أدبية أطلقوا عليها اسم ليفل فايف ميديا Level Five

وبخبرته التي تزيد على خمسة وعشرين عاماً في مجال النشر Media فقد عرف ستيف بالفطرة ماذا أريد أن أقوله أكثر مما عرفت أنا.

قال ستيف " تريد أن تشن هجوما عنيفا على الويب 2.0 هذا ما تحاول أن تكتبه" بالضبط. لذا من خبرة كاثي وستيف وإرشادهما ومساعدة تحريرية من المستوى الخامس لجوليا لبرنسكي ، حذفت الصفحات المائة الأصلية وبدأت الكتاب من جديد.

و قد قدمتني كاثي إلى جوناثون لاست، المحرر بالجريدة الإلكترونية Weekly Standard، وقد وافق بكل لطف أن أطالع المقال مقارنة أيديولوجية ويب 2.0 بالماركسية. وقد أعد المقال جوناثون ببراعة فائقة، ونشره في فبراير ٢٠٠٦ وكانت ضربة فورية وتم تسجيله في عضوية شبكة الأخبار سي بي إس نيوز وحولتني إلى شخص.بغيض لجمهور المدينة الفاضلة الرقمي.

بقيت موهوباً. ولكني حاليًا، على الأقل شخصية مثيرة للجدل.

وعندما باع ستيفن كتابي في ربيع ٢٠٠٦ إلى الناشر روجر شول كارنسي في دوبلداي، تصورت أنني دخلت إلى عالم المؤلفين المحترفين. كم كنت مخطئًا. ظهر هذا الانطباع وقت بداية تعلمي الجاد.

عندما قابلت روجر أول مرة سألته: " هل هناك أي نصيحة حول تاليف أول كتاب لى؟"

فأجابني: " لا، شكرا ".

وقد تمتعت ولكن بعد إصدارPuritan version وهو جهد ممتع فى تعلم أصول الكتابة إذ حولتنى هذه الجهود المضنية إلى كاتب محترف. فإن العمل مع روجر ومساعدة المحرر تاليا كرون كان بمثابة فترة تعليم مركزة لمدة ستة أشهر. فقد علموني أهمية التركيز والاقتصاد والتنظيم، والالتزام بخطة تم إعدادها سلفاً - وعلاوة على ذلك تاليف كتاب في المرة الواحدة. كثير من المقاطع الواضحة من كتاب " مذاهب الهواة " تم اعتصاره من نفسي ثم نقحه روجر وتاليا. إن كان هناك ثمة استطراد غير متقن فات من تحت عيون المراجعين التحرريين، فإن هذا الاستطراد منى وأتحمل مسئوليته.

ربما لم يكن ليصدر الكتاب " مذاهب الهواة " بدون ستيف أو روجر وتاليا وكاثي وجوناثان أو جوليا. باعتبارهم جميعًا وكلاء الناشرين والمحررين فكل منهم قدم نموذجًا الوحدة الأساسية في وسائل الإعلام. وما أنا غير عنصر رمزي ضئيل من جبل ضخم- وهو ما نطلق عليه في وادي السليكون الواجهة الأمامية للمشروع التجاري. ولن يكون كتاب بدون الجهود النبيلة التي بذلها فريق التسويق والمبيعات في دبلداي Doubleday.

الكشاف

المؤلف والكتاب

في هجوم عنيف قاس وجدلي مثير، كشف كلاً من وادي السيلكون يقوم مثقف عالم ببواطن الأمور هو اندرو كين باستعراض وتقديم النتائج الخطيرة التي لحقت بنا اليوم من جراء ظهور الجيل الثاني من شبكة الإنترنت ويب 2.0 . كما يكشف مدى الأخطار المحدقة لقيمنا ولاقتصادنا وأخيرا الابتكارات والإبداعات التي تتشكل في نسيج الانجازات الأمريكية.

ويحذر كين من أن " معظم مؤسساتنا الثقافية المهمة، مثل الصحف المهنية والمجلات والموسيقى والأفلام بسبب تتعرض لهجوم شديد من الهواة والمستخدمين الذي يقومون بالكتابة المجانية. أما عوائد الإعلانات سوف تسحبها الإعلانات المبوبة المجانية على المواقع مثل موقع Craigslist. كما تتعرض شبكات التليفزيون للهجوم من قبل البرامج المجانية التي يضعها المستخدمون على موقع يوتيوب وما شابه، بالإضافة إلى مشاركة الملفات والقرصنة الرقمية التي دمرت أعمال موسيقية كثيرة تقدر ببلايين عديدة من الدولارات الأمريكية، كما تهدد بتقويض صناعة السينما. والأسوأ من ذلك ، كما يرى كين أن ما هو أسوء من ذلك هي ثقافة "القص واللصق" على الانترنت والتي يتم فيها بحرية مقايضة الملكية الفكرية وتحميلها وتفكيكها وإعادة تجميعها، وتهدد حماية حقوق ملكية فكرية استمرت أكثر من مائتين سنة، وسرقة ثمار أعمال الإبداعية للفنانين والمؤلفين والصحفيين والموسيقيين والمحررين والمنتجين.

اليوم في عصر ثقافة النشر الذاتي، حيث يستطيع الهاوي أن يكون مشهورا ويمكن لأي إنسان صاحب رأي، رغم سوء تأليفها أو تكوينها، يمكن نشره على المدونة، ويبث فيلم فيديو على اليو تيوب أو يغير في مادة على الويكبيديا، والاختلاف بين الخبير المتدرب وبين الهاوي الجاهل يصبح تشويشاً خطيراً. فعندما يقوم المدونين المجهولون ومصورو الفيديو الطليق بمقاييس الحرفية والتدقيق التحريري يمكن أن يغير مسألة اجتماعية محل جدل ويمكن التلاعب بالرأي العام ، وعندها تصبح الحقيقة سلعة تباع وتشترى وتغلف ويعاد تلفيقها مرة أخرى.

ذكر أحد العارفين – رافضاً ذكر اسمه – بأن الإصدار الثاني من الشبكة العنكبوتية ويب 2.0 يدعونا للتساؤل عن مدى مصداقية المعلومات التي نتلقاها منها ونفسح المجال لانطلاق اللصوص والوحوش الضارية يجوبون الشوارع في حرية مطلقة. بينما – لا يوجد من يوقفهم عند حدهم – كين وهو بنفسه رائد في مجاله – يحفزنا على أن نتأمل في نتائج الدعم الأعمى للثقافة والتي تجيز لنا السرقات الأدبية وأعمال القرصنة والتي هي بصورة جوهرية تضعف وسائل الإعلام التقليدية والمؤسسات الإبداعية.

وتقديم حلول عن كيفية كبح جموح هذه الشبكة ، والجو النرجسي السائد عليها. إن كتاب " مذاهب الهواة " هو صرخة تحذير لكل إنسان.

وأندرو كين باعتباره متخصصاً في وادي السليكون يكتب عن الثقافة

ووسائل الإعلام والتكنولوجيا وقد كتب في **Weekly Standard,** **Fast Company** , the San Francisco Chronicle, Forbes وعلى .ZDNet ولأنه المؤسس والمدير التنفيذي لموقع **Audio-**cafe.com فقد اشتهر في صحيفة **Esquire, Industry Standard** وكثير من المجلات والجرائد الأخرى. كما كان مقدمًا للبرنامج الجماهيري " الإنترنت بعد التلفزيون" والذي كان يذاع كثيراً في محطات الإذاعة والتلفزيون. وهو يعيش حاليًّا في بيركيلي في ولاية كاليفورنيا.

حانت ساعة الهواة
والجمهور يدير العرض

ماذا يقول الخبراء حول الموضوع المثير للجدل الذي طرحه أندرو كين

" أول انطباع لي عن هذا الكتاب هو استغرابي منه، ففيه أمور كثيرة يجب التفكير فيها حاليا. فالناس منهمكون في أوساط اجتماعية عن الويب 2.0 وهذا ما يسعى إليه هذا الكتاب المثير الجاد. في حين لا أوافق على الكثير مما طرحه كين، فصفحات الكتاب ممتعة وتعدبحثاً عميقاً ورؤية استشرافية. وإنني بحاجة إلى مناقشة جادة حول المسائل التي طرحها والتي أوضحها كين والتي لا يمكن تجاهلها ببساطة."

لاري سنجر مؤسس مساعد في الويكبيديا ومؤسس موقع سيتزينديوم

هذا كتاب رائع مثير للنقاش تم إعداده وسط تحول نموذج هائل في تاريخ المعرفة والتواصل"

كريستوفر م. شرودر المدير التنفيذي لشبكة
HealthCentral Network (healthcentral.com)

" كتاب مهم.. سوف يحفز كل إنسان على النقاش البناء. فهذا الكتاب يأتي بالتغيرات الإيجابية للشبكة الحالية 2.0 الخامدة."

مارتين جرين نائب رئيس شبكة CNET

" بالنسبة إلى كل إنسان يعتقد بأن التكنولوجيا وحدها هي التي تقود إلى تحسين الديمقراطية فإن آراء أندرو كين تجعلهم يعيدون التفكير فيما يعتقدون"

أندرو راسيج منتدى الديمقراطية الشخصية.

" كتاب شيق، ومثير للجدل واستفزازي، لم يتحفظ في أي هجوم."

دان فيربر – رئيس تحرير موقع ZDNet

"إن أندرو كين كاتب [illegible]كي ولامع ومهاجم فني ذكي – ورقيق –
إن العالم بحاجة إلى أذكياء يصدون هجمات الويب" 2.0

جوناثون لاست – محرر [illegible]ين – لجريدة "ويكلي ستاندرد".

the
cult of the
amateur

how today's internet is
killing our culture

andrew keen



سفير الدولية للنشر

6222002173146